



UNIVERSIDAD EAN
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA MODA SOSTENIBLE EN BOGOTÁ, COLOMBIA.

NOHORY VICTORIA PRADO ARGUELLO

SHARON NATHALIA RIAZA CAMARGO

VALENTINA RODRIGUEZ POVEDA

SERGIO ANDRÉS SOTO COBOS

TUTOR

ANDRES FELIPE MENA GUACAS

BOGOTÁ, D.C., DICIEMBRE 2021

TABLA DE CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
1.1. Antecedentes del problema	5
1.2. Descripción del problema.....	7
2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	9
3. OBJETIVOS	9
3.1. Objetivo general	9
3.2. Objetivos específicos.....	9
4. JUSTIFICACIÓN	10
5. MARCO TEÓRICO	11
5.1. Materias primas utilizadas en la industria textil.....	11
5.2. Ámbito social de la producción.....	12
5.3. Consumo de agua y energía	13
5.4. Tintes tóxicos	15
6. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	16
6.1. Primer nivel.....	16
6.1.1. Enfoque de la investigación	16
6.1.2. Alcance de la investigación.....	17
6.1.3. Definición de las variables de medición	18
6.1.4. Población y muestra de la investigación	21
6.2. Segundo nivel.....	23
6.2.1. Conceptualización de técnicas particulares para las intervenciones y los modelos aplicados.	23
6.2.2. Caracterización de las variables de medición	24
6.2.3. Instrumento de recolección de datos	24
6.2.4. Técnicas para el análisis de datos.....	25
7. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	27
7.1. Investigación de las variables de medición	27
7.1.1 Primera variable: Empresas en la incursión de la moda sostenible en Bogotá D.C.	27
7.1.2 Segunda variable: Causas del por las cuales algunas empresas no han incursionado en la moda sostenible en Bogotá D.C.....	28
7.1.3 Tercera variable: Factores que inciden en la moda sostenible	29
7.1.4 Cuarta variable: Objetivos de desarrollo sostenible.....	32
7.2. Recolección de datos y análisis de datos.....	37
7.3. Discusión de los resultados	42
8. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	45
9. REFERENCIAS	46
10. ANEXOS	50

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Descripción de las afectaciones generadas por la industria textil.	8
Ilustración 2. Crecimiento de la industria textil en Colombia.	34
Ilustración 3. Tabla resumen por participación entorno económico.	34
Ilustración 4. Población instrumento de medición.	38
Ilustración 5. Frecuencia de hábitos de compra.	38
Ilustración 6. Conocimiento sobre termino moda sostenible.	39
Ilustración 7. Disposición final de los textiles.	40
Ilustración 8. Conocimiento sobre materiales sostenibles.	42

TABLA DE TABLAS

Tabla 1. Caracterización modelos utilizados para la intervención en el marco de la investigación.	24
---	----

RESUMEN

Nació un interés particular por conocer acerca de la implementación de la moda sostenible en Colombia debido a que la industria textil es la segunda más contaminante en el mundo. Se estableció una investigación que arroja información sobre los factores más relevantes que afectan el medio ambiente dentro del proceso productivo, desde los materiales, hasta el uso final de la prenda; con el fin de establecer las causas por las cuales no se ha implementado la economía circular y continúa siendo el fast fashion una barrera para la competitividad en cuanto al problema ambiental y social que no permite avanzar en la sostenibilidad. Adicional a esto conocer la perspectiva de los consumidores Bogotanos sobre el impacto que estas prácticas conllevan a través de los hábitos de compra ya que es la ciudad según estadísticas que más consume este producto.

Palabras clave: Sustentable, industria textil, problema ambiental y social, investigación, economía circular, fast-fashion.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La hipótesis sobre si es posible tener un desarrollo sostenible que satisfaga las necesidades de los interesados en la industria textil sin tener que sacrificar los recursos naturales y que a su vez generaría un impacto en las generaciones futuras ha generado un eco de conciencia ambiental, tras el llamado por el cuidado del planeta. Las prendas de vestir han pasado de ser un producto de necesidad básica a un estilo de compra desmedido dentro de la sociedad actual. Lo que genera varios cuestionamientos tales como ¿Por qué a pesar de las advertencias por parte de los estados hacia las industrias sobre el cambio o implementación de mejoras y tecnificación a las actividades de manufactura, los procesos no han tenido mayor cambio? ¿Cuáles son esas herramientas que permitirán reflejar un cambio representativo en la protección de los recursos naturales que disminuyan el impacto ambiental generado por la industria textil en el mundo? Pero sobre todo entender la perspectiva del consumidor ya que es la cultura de este el que mueve la industria actual, en cuanto se encuentre mayor exigencia sobre los factores ambientales dentro de los procesos productivos permitirá que se refleje un cambio a favor del medio ambiente

1.1. Antecedentes del problema

¿Por qué la industria textil es la segunda más contaminante del planeta y desde cuándo la industria textil se volvió una de las más contaminantes?, estas dos preguntas, serán de ahora en adelante el referente para conocer los antecedentes de la industria textil y la razón por la cual hoy es un problema para el planeta tierra en términos medioambientales. Puede llegar a ser un tema nuevo para muchos, pero para otros ya no es desconocido que esta industria es la segunda más contaminante en el mundo, el punto de partida es que es necesario conocer el por qué esto genera impactos devastadores para el planeta tierra.

Al principio, el concepto textil se refería solo a las telas tejidas, sin embargo, con la revolución industrial el tradicional método de tejido evolucionó iniciando métodos diferentes de tejidos como los formados por uniones mecánicas o procesos químicos. Los inicios de estas manufacturas radican en Gran Bretaña, Francia, Bélgica y Estados Unidos desde mediados del siglo XVIII. Es entonces con la llegada de la Revolución Industrial durante la terminación del siglo XVIII e inicios de del siglo XIX que hubo una gran aplicación a esta industria mediante nuevas máquinas como el telar mecánico o la conocida Spinning Jenny. (Allen, R. C., 2009). La historia de la industria textil se parte en dos: La manufactura textil de

fibrilla natural y la industria textil en la Revolución Industrial y fibras sintéticas. Durante esta transformación de hilar a mano a hilar en máquinas de una manera más rápida, llega una nueva rama textil conocida como el algodón, importado desde la India hasta Inglaterra, sin embargo, el volumen de las importaciones no alcanza a cubrir la demanda de varios países, así que la producción nacional se estableció fundamentalmente en Mánchester, donde la humedad de su clima impedía que las fibras se hicieran duras y quebradizas (Xicotá Ester, 2020). Con la gran transformación de la lanzadera volante de John Kay, la cual significó uno de los primeros pasos de la mecanización y alta productividad de los tejedores, se empezaron a conformar los primeros talleres, pues anteriormente hilar tenía lugar en los propios hogares siendo este un trabajo femenino. Con la llegada de nueva maquinaria y nuevas fibras, se masificó la producción de textiles, siendo la industria textilera una de las primeras en desarrollarse a gran escala, para el año de 1800 había en Gran Bretaña cerca de 350.000 trabajadores textiles repartidos entre hilados y tejidos (Xicotá Ester, 2020). Con esta gran masificación de tejidos que se convertían en telas, se expande un mercado exportaciones que da lugar a otras grandes empresas en la fabricación de suntuosos vestidos, y telas de la más alta calidad, más adelante representando para muchos países su fuente principal de economía. Con esta masificación gracias a las invenciones en maquinaria, llegan también procesos como el tinte, el blanqueo y la impresión (Xicotá Ester, 2020).

Después de la mecanización de los procesos de hilar y tejer, nace un espíritu de búsqueda y de investigación en el hombre por buscar una sustitución de las materias primas que eran utilizadas para la producción de telas, es entonces cuando inicia la historia de las fibras artificiales. Los principales avances en este campo se deben a las investigaciones del químico francés Hilaire Bernigaud, conde de Charbonnet (Besacon, 1839 – París, 1924), considerado como el auténtico impulsor de la industria de tejidos artificiales (Xicotá Ester, 2020).

Las fibras naturales, obtenidas antes de descubrir la manera de hacer fibras sintéticas eran: la lana, el linio, el algodón y la seda. El descubrimiento de hacer fibras sintéticas se da gracias a la celulosa en 1884, por Charbonnet, esta celulosa proviene de la madera en un 50% y del algodón en un 90% (Xicotá Ester, 2020). Cinco años después de este descubrimiento, a Charbonnet, se le conoce como el “padre de la industria del rayón”, sus telas causan sensación en la exhibición de París, lo que permitió construir la primera planta comercial para producir la nueva tela. Con la creación de estas nuevas telas, se da también la posibilidad de mejorar las propiedades de las fibras tradicionales dando inicio a las telas que aún son

utilizadas para abastecer toda la demanda en moda a nivel mundial. En 1924 se creó el rayón acetato, la primer fibra generada denominada seda artificial, en 1938 la fibra poliamídica (Nylon), la primera fibra sintética y en 1940 la fibra poliéster, que hasta nuestros días sigue su continuo incremento (Xicota Ester, 2020). Cabe entonces señalar que los procesos mediante los cuales se ha sostenido la producción de fibras sintéticas, está íntimamente relacionado con la industria petrolífera, una fuente insustentable y no renovable de materias primas. Los procesos implícitos en el desarrollo de estas fibras sintéticas, involucran el uso de contaminantes a gran escala que, en muchas ocasiones, son desechados a los ríos o vertientes hídricas en diferentes partes del mundo, es decir que podríamos decir que la industria textil se volvió una de las más contaminantes en el mundo, desde el descubrimiento de la celulosa y la forma masiva de su industrialización desde la revolución industrial.

Por lo tanto, las telas más usadas hoy en día son provenientes de diversos productos derivados del petróleo, es posible encontrar un sinnúmero de factores por los cuales es fácil llegar a entender por qué esta industria es la segunda más contaminante del planeta.

1.2. Descripción del problema

Colombia ha logrado un buen desempeño a nivel regional en términos de crecimiento económico. Sin embargo, se ha caracterizado, entre otras cosas, por su baja diversificación económica y productividad respecto al uso de recursos, y por el impacto ambiental asociado a la degradación y agotamiento de los recursos naturales. Aunque el país cuenta con un robusto marco político y normativo para enfrentar los retos asociados a un desarrollo sostenible, no ha logrado integrar de manera eficiente el componente de sostenibilidad ambiental a las políticas sectoriales y a las estrategias de crecimiento económico. Así mismo, no se había definido previamente una hoja de ruta que orientara, a largo plazo, el proceso de transición hacia un modelo económico basado en un Crecimiento Verde. Dado lo anterior, se formula la Política de Crecimiento Verde, que fue aprobada el 10 de julio de 2018 mediante el Documento CONPES 3934.

Para lo cual este equipo de trabajo a direccionado la investigación hacia la economía circular en el sector textil colombiano encontrando nuevas oportunidades de negocio para lograr la sostenibilidad teniendo en cuenta que este es uno de los sectores con mayor rentabilidad y a su vez se presenta mayor desaprovechamiento de los residuos sólidos; a continuación, una breve descripción de los problemas que genera la industria en la actualidad:

- Una sencilla camiseta de algodón requiere entre 1.200 y 4.000 litros de agua en función de la zona de producción y del gramaje de la prenda. En todo caso, se trata de cantidades brutales debido a dos factores: el algodón es un cultivo que exige grandes cantidades de agua y, por otra, la fabricación y la producción de la prenda vuelve a exigir mucha agua. (Ferrer, 2020)
- La vida de la prenda o ropa se redujo significativamente en un 36% en comparación con los últimos 15 años. (Rathinamoorthy, 2019)
- En 1950 la población mundial era de unos 2.500 millones de habitantes y el consumo de textil per cápita era de 3,7 kg por habitante y año. En 2015 la población ha alcanzado los 7.400 millones de personas y el consumo textil per cápita llegó a los 13,1 kg/hab/año. Si las proyecciones de crecimiento de la población se cumplen y en el año 2.050 alcanzamos los 14.000 millones de habitantes, la demanda de productos textiles se duplicará. (Carrera Gallissà, 2017).



*Ilustración 1. Descripción de las afectaciones generadas por la industria textil.
Fuente: Elaboración propia, basada en Generación Vinik (2018)*

Estos problemas se han venido presentando asociados al acelerado crecimiento de la industria comercial de manera inconsciente sobre sus procesos productivos y a la falta de seguimiento por parte de los gobiernos quienes instauran políticas con un alcance muy corto para la medición, evaluación y seguimiento del cumplimiento de la normativa, lo que permite a las industrias evadir sus responsabilidades ambientales brindando donaciones o bonificaciones que no cubren mayor parte de los recursos naturaleza destinados para su producto final.

Algunas de las herramientas que brinda el ministerio de ambiente colombiano es la Gestión Ambiental Urbana –GAU se refiere a la gestión de los recursos naturales renovables, los problemas ambientales urbanos y sus efectos en la región o regiones vecinas. La GAU es una acción conjunta entre el Estado y los actores sociales, que se articula con la gestión territorial, las políticas ambientales y las políticas o planes sectoriales que tienen relación o afectan el medio ambiente en el ámbito urbano regional.

Esta gestión, demanda el uso selectivo y combinado de herramientas jurídicas, técnicas, económicas, financieras, administrativas y de planeación, para lograr la protección y funcionamiento de los ecosistemas y el mejoramiento de la calidad de vida de la población dentro de un marco de ciudad sostenible.

2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la percepción de los consumidores, acerca de la moda sostenible en la industria textil en Colombia?

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Analizar la percepción de la moda sostenible en los consumidores Bogotanos.

3.2. Objetivos específicos

- Indagar que empresas bogotanas están implementado la moda sostenible como tendencia en favor del medio ambiente.
- Identificar las causas por las cuales algunas empresas bogotanas no han incursionado en la línea de moda sostenible y le siguen apostando a la moda tradicional.
- Determinar cuáles son los factores que inciden para que el consumidor adopte la tendencia de la moda sostenible.

4. JUSTIFICACIÓN

La industria textil puede ser sostenible desde su creación; es decir, desde la semilla de la que nace el algodón utilizado para la fabricación de telas, las cuales pueden ser modificadas genéticamente para obtener un mejor manejo del cultivo que enriquece la experiencia de los agricultores: facilita la cosecha, optimiza el uso de los recursos, reduce plagas y asegura una buena producción, todo esto se refleja en ventas y crecimiento para el campo y por supuesto, para los mismos agricultores.

Otra forma en que la industria textil puede ser sustentable es asegurando el pago justo a todos aquellos involucrados en el proceso de producción y fabricación de textiles y evitar temas de explotación infantil, apoyar el trabajo en condiciones seguras y que favorezcan a las comunidades.

La ropa de calidad no se destiñe o rompe fácilmente, contribuye también a la sustentabilidad, ya que se evita el desperdicio que ocasione la llamada “moda rápida”.

Sin embargo, la sustentabilidad no se termina con la producción y venta del producto, es necesario dar seguimiento a los textiles cuando estos se vuelven desperdicios. Existen marcas que cuentan con iniciativas para recuperar las prendas una vez que ya no serán utilizadas y darles una segunda vida.

Los consumidores también tienen una gran responsabilidad al pedir a las marcas transparencia y saber de dónde provienen las prendas y bajo qué condiciones, ya que éstos son quienes consumen los productos y tienen el poder de decisión, aplicando prácticas sustentables en sus compras, no solo de textiles sino de todos los productos y servicios.

Es por eso por lo que el desarrollo de textiles sustentables se ha convertido en un punto fundamental de cambio, para ser una alternativa más amigable con el medio ambiente de textiles sintéticos provenientes del plástico y una opción vegana al uso de cuero y pieles animales. En una industria que cada día se inclina hacia la sustentabilidad, las crecientes investigaciones giran en torno a crear textiles a partir de recursos naturales, promoviendo la idea de una moda circular y sostenible.

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Materias primas utilizadas en la industria textil

Las materias primas más utilizadas en la industria textil son las siguientes: Algodón, lana, seda, viscosa (rayón) y fibras sintéticas. A continuación, se describe el proceso de producción de las materias primas utilizadas en la industria textil y como su proceso de producción genera grandes impactos medioambientales.

Algodón

Controlar las plantas es una variable indispensable para obtener grandes cantidades de borra de calidad. (A. Lee Ivester y John D. Neefu, 2001).

Las problemáticas principales que enfrenta el cultivo de algodón respecto al tema medioambiental son: El uso en gran proporción del agua, el proceso de teñido y tintorería y el uso de pesticidas y herbicidas, sin embargo, un reciente estudio de Bremen Cotton Exchange sostiene que las afirmaciones sobre el consumo de agua que han existido durante años son inexactas, ya que no reconocen que la mayor parte del algodón se riega con agua de lluvia. La Bolsa de Algodón disputa estimaciones que dicen que se necesitan entre 10,000 y 17,000 litros de agua para producir un kilogramo de fibra natural, y también señala que el algodón puede crecer en climas especialmente secos, pero, por otro lado, el departamento científico del Comité Consultivo Internacional del Algodón (ICAC) muestra que producir un kilo de algodón desmontado requiere en promedio solo 1.214 litros de agua de riego artificial en todo el mundo. El 41,3 por ciento del volumen total de la producción de algodón no requiere irrigación artificial. Esto se relaciona con el 55 por ciento del área de cultivo de algodón global que se riega exclusivamente por la lluvia. (Ester Xicota, 2019).

Lana

La industria textil lanera ha sido pionera en el desarrollo y la adaptación de métodos mecánicos, y por lo tanto fue una de las primeras en desarrollar el sistema de producción fabril. (Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo, 2011).

Hay que tener en cuenta, no obstante, que el sector es especialmente complejo y que la condición y el tipo de materia prima utilizada y la especificación de la prenda acabada influirán en el método de producción, en cada una de sus fases y en la secuencia de dichas fases. Así, la lana puede teñirse antes de procesarla, en la fase de hilado o al final del proceso,

cuando la pieza ya está tejida. Además, algunas operaciones se efectúan en establecimientos diferentes. (Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo, 2011).

Seda

La industria de la seda abarca una secuencia de fases que no necesariamente han de llevarse a cabo en una sola empresa o planta. Estas fases son: (Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo, 2011).

• **Sericultura, Hilado o hilatura, Molinaje, Desengomado, Blanqueo, Tejido, Tinción, Viscosa (rayón), Fibras sintéticas.**

5.2. Ámbito social de la producción

Para nadie es un secreto que el mundo está sufriendo de manera acelerada a causa del sistema económico que se basa en la máxima producción. Según Dupleich, es insostenible la explotación ilimitada de recursos y el beneficio como único criterio de la buena marcha económica. Las riquezas que se están explotando hacen que sea imposible que el planeta pueda subsistir eternamente; por lo que han surgido e implementado ideas de un desarrollo positivo, lo cual es compatible con una explotación razonada de los recursos del planeta y al mismo tiempo permita el mejoramiento de los entornos de vida del ser humano

Este desarrollo del que habla el autor Dupleich, se le llama sostenible o sustentable, resaltando que es capaz de satisfacer las necesidades que contemporáneamente utilizamos, sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones (Dupleich, 2013).

Siendo el sector textil uno de los más grandes que por tradición ha existido en el país y en la economía colombiana, la discusión frente a la problemática ambiental en torno al accionar de sus actividades productivas sigue siendo uno de los más importantes temas, no solo a nivel nacional sino también a nivel mundial.

De igual forma, esta industria es una de las principales generadoras de ingresos y por supuesto de movimiento económico, no solo por la cantidad de empleos que genera (24% en el país) (Garzon, 2018), sino también por el elevado aporte al producto interno bruto del país que hacia el 2018 equivalía al 6% nacional.

Dentro de la Política Nacional de Producción Más Limpia, los esfuerzos se han centrado en la incorporación de las actividades ambientales en los procesos de planeación y gestión a través de la adopción de las mejores prácticas ambientales que conlleven a la

sostenibilidad ambiental y al mejoramiento de la competitividad empresarial. (Minambiente, 2010).

Los procesos de fabricación de ropa, zapatos y accesorios que son cuidadosos con el medio ambiente son denominados moda sustentable. El impacto en el medio ambiente y social que las prendas tendrán durante su ciclo de vida también es tomado en cuenta (Proscail Blog, 2019). El ciclo sustentable de la ropa se caracteriza por el siguiente proceso; el inicio de la producción textil, comenzando con las fibras, después el diseño y seguido por la producción, distribución y venta. La próxima etapa es la venta y el uso, suponiendo que esto define en fin de la vida útil. La recolección para el reciclaje y la desintegración de materia son los últimos pasos para iniciar el proceso de producción textil de nuevo (Proscail Blog, 2019).

En el consumo de ropa en el planeta, se ha presentado un aumento del 400% en los últimos 20 años. Según Daiana Mira, esto radica en la tendencia consumista, que ha inculcado que el uso de una prenda nueva sea de tan solo 7 veces antes de ser desechada (Mira, 2018). En el 2012, 285.668 millones de dólares fueron generados por la exportación textil, según datos de la Organización Mundial del Comercio (Saim, 2014). Por otro lado, solo en exportaciones se alcanzó cerca de 655 billones de dólares en el 2016 (Mira, 2018).

5.3. Consumo de agua y energía

Conforme con la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo. Los datos de la UNCTAD indican que el rubro del vestido utiliza cada año 93.000 millones de metros cúbicos de agua, un volumen suficiente para satisfacer las necesidades de cinco millones de personas; también, se tiran al mar medio millón de toneladas de microfibra, lo que equivale a 3 millones de barriles de petróleo y produce más emisiones de carbono que todos los vuelos y envíos marítimos internacionales juntos, con las consecuencias que ello tiene en el cambio climático y el calentamiento global. (Villemain, 2019)

Los grandes consumos de agua en la industria textil tienen lugar, según el Instituto Tecnológico Textil (AITEEX), en dos etapas: la tintura de las fibras y los procesos de acabado de los tejidos. La obtención de las materias primas (cultivos de algodón, lino, lana, seda y similares de origen animal) es otro de los que pasos que mayor consumo de agua implica. (Durango, 2015)

El algodón representa el 90% de todas las fibras naturales utilizadas en la industria textil y está presente en el 40% de las prendas de ropa producidas globalmente, su cultivo es también el más intensivo en agua de toda la cadena de valor textil; de igual forma, es intensivo en pesticidas por lo que el agua utilizada para riego arrastra también gran cantidad de pesticidas y herbicidas que se acumulan en el suelo o viajan a los cuerpos de agua como son los ríos y el mar. (Xicotla, 2018)

Alrededor del 53% de la superficie cultivada de algodón es de regadío, obteniendo mediante esta técnica agrícola el 73% de la producción mundial de algodón. Según la UNESCO, el algodón es el responsable del 2,6% del consumo mundial de agua, así mismo el 20% de la contaminación industrial de las aguas dulces proviene del tratamiento y tintura de productos textiles. (Carrera, 2018)

Uno de los factores que han hecho que en la actualidad este sector presente una emergencia ambiental es la forma en como esta industria se dedicó a suplir la gran demanda que generan las personas por adquirir nuevas prendas, complaciendo a los consumidores sin darles a conocer el proceso de producción, ofreciendo productos nuevos en todo momento a bajos costos y con unos ciclos de vida muy cortos.

La industria textil consume combustibles fósiles y, por lo tanto, genera gases de efecto invernadero para el funcionamiento de la maquinaria agrícola utilizada en los procesos de obtención de las fibras naturales. Un estudio realizado por la Universidad de Cambridge concluía que de forma general, por cada kilogramo de producto textil producido se consumen 0,60 kg equivalentes de petróleo de e energía primaria y se emiten 2 kg de CO₂ equivalente; un estudio más preciso sobre una industria textil algodonera peruana concluía que por cada kg de producto acabado (prenda) se emitían 3,6kg de CO₂; pero, si se considera toda la cadena de valor, desde producción e materias primas hasta la distribución en el país de destino, el impacto podía alcanzar los 10,8 kg de CO₂ por cada kilogramo de producto exportado.

En Colombia, la industria textil ha comenzado a dar sus primeros pasos hacia la sostenibilidad con la producción eco amigable, la tecnología de reciclaje de agua y la generación de energía verde. Algunas compañías como Fabricato, cataloga su producción como sostenible debido a que autogeneran la energía requerida; una parte está generada a base de carbón, con tecnología y filtros especiales anti-polución que anulan la emisión de gases, mientras que la otra parte es energía verde, generada por hidroeléctrica propia que es

suficiente para abastecer el 100% de la producción semanal. Se recicla el 65% del total de las aguas que utiliza en su producción e hilos y manufactura, 100% de las aguas teñidas por medio de un sistema cerrado de aguas tratadas, generando cero impactos hídricos.

5.4. Tintes tóxicos

Para continuar con el desarrollo de la investigación en cuanto al mayor impacto ambiental que es la utilización del agua se expondrán a continuación algunas investigaciones sobre este factor y las posibles soluciones en las cuales se viene trabajando por el mundo de la mano de expertos:

Según lo informado por las Naciones Unidas (ONU), más del 80% de las aguas residuales generadas por actividades antropogénicas se liberan a las vías fluviales sin eliminar los principales constituyentes contaminantes (Connor, 2015). Se estimó que alrededor del 47% de la población mundial vivirá en regiones con escasez de agua potable para 2030 (Connor, 2015). La eliminación de microbios, tintes sintéticos y diferentes contaminantes para el suministro de agua potable es, por lo tanto, una preocupación creciente en todo el mundo. Actualmente, los sistemas de limpieza del agua en la mayoría de los países son muy costosos, lo que no sería factible para muchos países de ingresos bajos y medianos.

Los tintes sintéticos y los productos químicos utilizados en las industrias producen una enorme cantidad de agua contaminada. La mayoría de los tintes venenosos generados por diferentes industrias textiles se liberan directamente al medio ambiente. Como consecuencia, la descarga de aguas residuales de un gran número de industrias textiles sin un tratamiento previo genera importantes impactos negativos en la salud humana. La utilización de nano adsorbentes eficientes y económicos puede reducir los impactos adversos de los tintes en el medio ambiente debido a sus propiedades únicas. Para aliviar estos problemas, se ha prestado atención al desarrollo de adsorbentes eficientes para la eliminación de especies indeseables de las aguas residuales. La eliminación eficiente y selectiva de tintes está ganando importancia para reducir los problemas ambientales. Los desafíos del proceso de degradación de los tintes se centran en reducir los impactos adversos de los tintes en el medio ambiente. La evaluación crítica de los adsorbentes de próxima generación probablemente se promovería en la práctica, el proceso de purificación de agua limpia y asequible. (Step towards the sustainable toxic dyes removal and recycling from aqueous solution- A comprehensive review, 2021)

Estudiantes de la Universidad de Antioquia pertenecientes a la facultad de ingeniería publicaron un artículo en el 2018 sobre la creación y utilización de un biorreactor utilizando

un tipo de hongo para la eliminación de contaminantes en los cuerpos de agua. Los efluentes provenientes de industrias textiles generan impactos ambientales negativos, debido a altas cargas de colorantes y compuestos de difícil remoción como aditivos, detergentes y surfactantes, los cuales deben ser tratados antes de ser descargados a cuerpos de agua. (Evaluación de la ampliación de un reactor para el tratamiento de efluentes textiles con Bjerkandera sp., 2018)

En el procesamiento textil, se libera una amplia gama de colorantes y algunos de estos, como los colorantes, azo, se caracterizan por la característica azo (-N = N-) unida a grupos aromáticos y pueden ser tóxicos, cancerígenos y / o mutágenos. En vista de esto, esta investigación tuvo como objetivo evaluar los beneficios de utilizar un reactor anaeróbico tipo manto de lodos de flujo ascendente de reactor anaeróbico (UABS), seguido de un proceso de oxidación avanzada (AOP) tipo Fenton en la degradación del color y la demanda química de oxígeno (DQO) de textiles sintéticos. efluente industrial. A partir de los resultados de la eliminación de DQO, se observó un 82,0% para el reactor UASB y un 95%. 6% para el grupo. El color alcanzó el 96,1% de remoción en el reactor UASB y el 100,0% al final del proceso. (Anaerobic reactor type uasb conjunction with process fenton to remove color and chemical oxygen demand textile industry of synthetic wastewater, 2017).

Se entiende que la industria textil ha tenido cambios a través del tiempo en cuanto a utilización de nuevas materias primas, desarrollo de moda, influencia dentro de la sociedad, incremento del consumo, sin embargo, su desarrollo de procesos productivos continúa siendo los mismos desde sus inicios.

6. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. Primer nivel

6.1.1. Enfoque de la investigación

A continuación, se explica el significado de investigación cualitativa y cuantitativa, esto teniendo en cuenta que este proyecto de investigación tendrá un enfoque mixto, considerando que este incluye características de cada uno de ellos.

La investigación cualitativa se puede describir como una investigación inductiva. Según los autores Taylor y Bogdan, los conceptos y conocimientos que desarrollan los investigadores parten de los orígenes de los datos (Taylor, Bogdan, 1987). Una investigación cualitativa tiene como fin, el comprender a las personas dentro del marco de criterio de ellas

mismas. Es necesario experimentar la realidad tal y como lo perciben los demás participantes (Blasco, Pérez, 2007).

Por otro lado, la investigación cuantitativa es aquella reconocida por ser numérica, ya que se analizan datos cuantitativos sobre variables. Según el autor Tamayo, la metodología cuantitativa consiste en “la recolección y el análisis de datos, para así poder contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente.” (López, 2007). La metodología cuantitativa confía en la medición numérica, el conteo y repetidamente el uso de estadística para constituir con exactitud patrones de conducta en una población (López, 2007).

Es así, y teniendo en cuenta la pregunta de investigación ¿Cuál es la percepción de los consumidores, acerca de la moda sostenible en la industria textil en Colombia?, se considera necesario realizar una investigación exhaustiva que permita dar respuesta al interrogante, motivo por el cual, se considera que el enfoque mixto es el indicado, esto teniendo en cuenta a Grinnell (1997), citado por Hernández (2003) quien señala que los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí:

- a. Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- c. Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- d. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas; o incluso para generar otras.
- f. Concluyendo, el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento; en esta investigación, el componente cuantitativo se ve reflejado en la aplicación y análisis de las encuestas, mientras que el enfoque cuantitativo hace presencia a través de la revisión documental.

6.1.2. Alcance de la investigación

La presente indagación se lleva a cabo bajo un método de investigación de tipo exploratorio-descriptivo, este se define como un proceso de indagación que busca mostrar los fenómenos en su contexto natural, teniendo en cuenta el trabajo de campo.

Con relación al método exploratorio se realizan cuando el objetivo es examinar el problema o este ha sido poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes; en este caso la moda sustentable, es un tema poco explorado por la industria de la moda en la ciudad de Bogotá, por lo que resulta necesario obtener información amplia y profundizar la investigación con una perspectiva de la realidad.

Por otro lado, el método descriptivo permite reseñar fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Esta investigación es de este corte, por que evidencia distintas temáticas, contenidos y posturas obtenidas en el marco de un proceso de revisión y análisis documental.

- **Trabajo de campo:** Para Gómez (2005) “La Investigación de campo constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación.”

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador; en la presente investigación se utilizará una encuesta con el fin de conocer cuáles son las razones del por las cuales las empresas textiles colombianas no han incursionado en la moda sostenible y cuáles son los factores que inciden para que el consumidor adopte la tendencia de la moda sostenible.

- **Investigación Bibliográfica-documental:** Según Bunge (2009) "La Investigación Bibliográfica tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias).

6.1.3. Definición de las variables de medición

Las razones por las cuales se ha establecido, que la industria textil en el mundo es la segunda industria más contaminante, han sido las siguientes:

1. La obtención de las materias primas utilizadas para la fabricación de los textiles, pues en su mayoría provienen de actividades petrolíferas.

2. El uso desmedido de agua para fabricación de tintes y para el proceso de teñido de las telas.
3. Los tintes utilizados para teñir las telas, en su mayoría son tóxicos y ocasionan con el tiempo efectos adversos en la salud de las personas.
4. Existe una sobre explotación laboral sobre todo en Europa, en grandes fábricas y maquilas encargadas de la gran manufactura de prendas para salir al comercio, la remuneración a las personas es baja y las jornadas laborales son exhaustivas.
5. La moda rápida o más conocida como Fast - Fashion, genera un consumo desmedido de la compra de prendas para vestir.
6. El ciclo de vida final de la ropa y de varios tejidos termina en rellenos sanitarios a nivel mundial, degradándose en miles de años, algunos nunca se degradan.
7. Contaminación emitida por las grandes industrias (residuos líquidos y emisiones tóxicas)

Cada uno de estas, han sido explicadas con sus respectivas cifras en el marco teórico, sin embargo, para Colombia se establece que las variables de medición para la presente investigación serán las siguientes, teniendo en la cuenta la pregunta de investigación **¿Cuál es el impacto de la moda sostenible en la industria colombiana?** y los objetivos en el marco de esta investigación, se precede así:

Para analizar el impacto de la moda sostenible en la industria textil en Colombia se tomarán los objetivos de desarrollo sostenible que apliquen para la industria textil en Colombia. De los 17 objetivos de desarrollo sostenible, solo se tomarán los siguientes:

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Se hará una revisión en fuentes bibliográficas y confiables de las estadísticas de trabajo y empleo y las condiciones de este en la industria textil en Colombia.

Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Se revisará a través de fuentes bibliográficas cómo la industria textil en Colombia evoluciona en estos aspectos y si existen aspectos que no mejoren,

Objetivo 12: Producción y consumo responsables. Dado el fenómeno de Fast – Fashion, se van a examinar cómo están las cifras de consumo de moda en Colombia, así como las tendencias y tiempo entre compras, además los ciclos de producción de los fabricantes colombianos.

La razón por la cual se han escogido los objetivos de desarrollo sostenible, es porque muchos países de primer nivel, implementan en sus marcos institucionales estos objetivos, diseñando y creando toda una ruta para cumplirlos, al final se ven reflejados cambios positivos al interior de los países que los implementan, colocándolos en los primeros lugares a nivel mundial, es vital mencionar que los objetivos de desarrollo sostenible constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo.^[1]

En cuanto a los objetivos específicos de la presente investigación, los cuales se van a renombrar a continuación:

- Indagar que empresas colombianas están implementado la moda sostenible como tendencia en favor del medio ambiente.
- Identificar las causas del porque algunas empresas colombianas no han incursionado en la línea de moda sostenible y le siguen apostando a la moda tradicional.
- Determinar cuáles son los factores que inciden para que el consumidor adopte la tendencia de la moda sostenible.

Las variables que se van a tener en cuenta para medir estos objetivos serán las siguientes, esto teniendo en cuenta los modelos y técnicas para un enfoque mixto, que permita la correcta absorción de información y su respectivo análisis posteriormente.

- **Primera variable: Empresas en la incursión de la moda sostenible en Colombia.**

Se identificarán aquellas empresas que se encuentren inmersas o con inicios en la moda sostenible. Esto se determinará a través de fuentes bibliográficas fidedignas y confiables. La variable que se establece para medir la cantidad de empresas inmersas en este ámbito será comparada con la totalidad de las empresas en el sector. En dado caso de que no existan estas empresas sostenibles en Colombia o su participación sea muy baja se establecerá por qué no están interesadas en moda sostenible o las razones que han impedido esta situación. Para llegar a este camino y conocer respuestas de fondo se opta por consulta en registros documentales y el diseño de entrevista realizado a fabricantes de la industria textil.

- **Segunda variable: Causas del por qué algunas empresas no han incursionado en la moda sostenible en Colombia.**

Dentro de las causas principales intervienen factores como: las normas y las disposiciones legales para la industria textil, importancia de temas éticos, equilibrio entre costo, velocidad y precio e importación a gran escala de empresas Fast – Fashion. Esta variable se determinará en fuentes de consultas de registros y documentos confiables.

- **Tercera variable: Factores que inciden en el consumo de la moda sostenible.**

Para medir esta variable se analizará el comportamiento del consumidor colombiano en la compra de ropa de moda, a través del análisis de cifras de fuentes bibliográficas y se realizará una entrevista diseñada para consumidores. Esta variable incide intrínsecamente con el objetivo 12 de los objetivos de desarrollo sostenible.

De esta manera se determinan las variables que permitirán responder a la pregunta en el marco de la presente investigación como a sus objetivos.

Es de aclarar que, el determinar estas variables, puede inducir a encontrar información de relevancia en el transcurso de la investigación que permita llegar a respuestas más profundas en torno al tema de la sostenibilidad de la moda en Colombia. (ONU, 2020)

6.1.4. Población y muestra de la investigación

La categoría de vestuario en Latinoamérica representó 45,6 miles de millones de dólares en 2020, valor que disminuyó en 28 % en 2020 frente a 2019. Las principales ventas de vestuario en 2020 corresponden a jeans (21 %), ropa interior (17 %), tops (14 %), y camisetas y blusas (10 %). Se espera que el sector regrese al nivel de ventas que tenía antes de pandemia en 2025, con una tasa de crecimiento anual de 6,6 %

Para promover el crecimiento del sector, se han identificado tres tendencias principales a las que las empresas deben sumarse:

1. “Casualización”: los consumidores han aumentado su interés por las marcas que ofrecen una combinación de atributos técnicos, elásticos y casuales, optando por un look más relajado. Esto ha sido promovido por el teletrabajo y la disminución de las reuniones sociales.

2. Sustentabilidad: la conciencia sobre el consumo y el impacto del medio ambiente es una de las principales consecuencias de la pandemia por la COVID-19, por lo que es importante que las marcas desarrollen acciones hacia soluciones más ecológicas, como es la utilización de tejidos sustentables y promover el uso de ropa de segunda mano.

3. Digitalización: el comercio electrónico es una herramienta necesaria para las marcas, es por esto por lo que las estrategias de las empresas han estado volcadas a fortalecer su logística, omnicanalidad y experiencia de compra del consumidor. (Cluster, una Iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá, 2021)

De acuerdo con el enfoque de la investigación sobre los consumidores de la industria textil se evaluó desde las estadísticas:

En junio los hogares gastaron un total de \$2,1 billones en productos y servicios relacionados con moda, según un informe de Inexmoda. De estos, el 56% se distribuyó para vestuario, 15,4% para artículos de joyería, 12,5% para calzado, 8,8% para servicios de vestuario y calzado y 7,3% para ropa de hogar.

Ahora, teniendo en cuenta que el acumulado con corte a junio asciende a \$12,45 billones, la ciudad que más consumió en moda, durante ese lapso, fue Bogotá con \$4,18 billones, seguida de Medellín con \$1,18 billones, Cali con \$699.000 millones, Barranquilla con \$523.000 millones y Cartagena y Bucaramanga con \$262.000 millones, cada una. (Camara de Comercio Bogotá, 2019)

Adicional a esto se encontró información acerca de la huella transaccional para corroborar los hábitos de los consumidores sobre la industria textil encontrando que:

- Los millennials son los clientes más importantes en las categorías de vestuario y calzado y cultura, diversión y esparcimiento, y cada vez toman más relevancia.
- Las mujeres gastaron más en vestuario y calzado, pero los hombres hacen compras más grandes (tienen mayor ticket promedio). (Bancolombia, 2019)

Gracias a las estadísticas se concretó que la población objetivo corresponde a consumidores de prendas textiles en Colombia, se precisa una muestra correspondiente a consumidores Bogotanos de acuerdo a sus hábitos de compra según el estudio, se delimito en un rango de edad a partir de los 17 años hasta los 40 años, sin distinción de género o estrato social ya que las prendas de vestir son consideradas elementos de primera necesidad, por lo que se escogieron 152 personas con las características mencionadas de forma aleatoria.

6.2. Segundo nivel

6.2.1. Conceptualización de técnicas particulares para las intervenciones y los modelos aplicados.

Teniendo en cuenta que se ha determinado que el presente proyecto de investigación tiene un enfoque mixto, que su alcance es de carácter exploratorio – descriptivo y conocidas las variables objeto de medición, se hace necesario, determinar los modelos y los referentes para este tipo de investigaciones que harán posible resolver la pregunta de investigación y los objetivos del proyecto. Para esto se ha establecido que los modelos a utilizar para tal fin son los siguientes:

- **Registros históricos y documentos:** Estos servirán para conocer antecedentes, cifras, estudios e investigaciones realizadas, las cuales ayudarán a conocer cómo se está llevando a cabo la moda sostenible en Colombia.
- **Encuestas / Entrevistas / Cuestionarios:** Se diseñan una encuesta con preguntas abiertas y cerradas que permiten conocer el comportamiento del consumidor. Estas encuestas se realizarán en un trabajo de campo.

Se eligen estos dos modelos de intervención por ser una investigación de carácter descriptivo, pues la mayoría de las variables tipificadas para una adecuada medición, solo se pueden medir a través de una investigación en fuentes bibliográficas confiables de investigaciones anteriores relacionadas con la moda sostenible en Colombia, como informes con estadísticas recientes en cuanto a cifras económicas del sector textil y de manufactura en nuestro país.

En cuanto a las encuestas, estas permitirán recolectar datos que de manera experimental darán a conocer el porqué del fenómeno social del consumo y la producción sostenible. La caracterización de cada una de estas encuestas se encuentra más adelante, donde se explica a detalle el contenido de cada una y cómo se van a aplicar.

6.2.2. Caracterización de las variables de medición

En la siguiente tabla se caracterizan los componentes y/o variables de medición y la técnica a utilizar para la respectiva intervención en el marco de la investigación a desarrollarse.

VARIABLE DE MEDICIÓN	MODELO O TÉCNICA PARA INTERVENCIÓN
1. Empresas en la incursión de la moda sostenible en Colombia	Registros históricos y documentos
2. Causas del por qué algunas empresas no han incursionado en la moda sostenible en Colombia.	Registros históricos y documentos Encuestas
2.1 Las normas y las disposiciones legales para la industria textil	
2.2 Importancia de temas éticos	
2.3 Equilibrio entre costo, velocidad y precio	
2.4 Importación a gran escala de empresas Fast – Fashion	
3. TERCERA VARIABLE: Factores que inciden en el consumo de la moda sostenible	Registros históricos y documentos Encuestas
4. CUARTA VARIABLE: Objetivos de desarrollo sostenible	Registros históricos y documentos Encuestas
4.1 Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico	
4.2 Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura	
4.3 Objetivo 12: Producción y consumo responsables.	

Tabla 1. Caracterización modelos utilizados para la intervención en el marco de la investigación.

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se encuentra la caracterización del modelo de las dos encuestas a desarrollar, con el fin de cumplir con el propósito de responder a los objetivos de la investigación.

6.2.3. Instrumento de recolección de datos

El equipo de investigación dedico el enfoque del instrumento de investigación en cuatro factores esenciales equilibrio entre costos, velocidad, precios, factores que inciden en el consumo de la moda sostenible dentro de la industria textil; adicional a ello involucra la visión del consumidor esto con el fin de empalmar las oportunidades detectadas dentro del mercado, las capacidades dinámicas de adaptación para las compañías Colombianas a través

de la innovación y la sostenibilidad debido a la globalización y un cambio consiente en el consumo.

Dentro de las hipótesis que se contemplan dentro de la investigación es encontrar por qué uno de los pilares de la economía colombiana continúa desarrollando procesos de producción, elaboración y manufactura desde el inicio de la creación de la industria textil de la misma manera, que factores determinantes impiden la implementación de materiales sustentables (Tecnificación, capacitación, renuencia al cambio, habilidades financieras). Para de esta manera crear un modelo de intervención que interactúe en el proceso con las partes interesadas, generando mayor conciencia en el consumo y un marketing internacional que permita llegar a más países y no solo cubrir la demanda nacional.

El instrumento se elaboró a base de 9 preguntas que componen la sustracción de las variables a estudiar; en la cual se relata una breve introducción del estudio que se desea realizar y que se encuentra basado en los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU, el propósito sobre analizar el impacto de la moda sostenible, tratamiento de datos, duración y aceptación para dar continuidad a la investigación. (ver anexo 1).

Adicional al instrumento se gestionó una cita con la ONG Clothe Moda Sostenible La cual es un centro de reciclaje donde se puede responsable de la contaminación que genera cada persona con su ropa y reciclarla correctamente, cuenta con 3 actividades principales, compra de ropa de segunda mano, zona de intercambio y donación de ropa ya sea para venta, reciclaje o disposición final. Se tuvo la oportunidad de entrevistar a Daniela Garcia colaboradora de la compañía quien nos dio puntos de vista claves establecidos dentro de las variables como los diferentes tipos de reciclaje que existe puntos dentro de Bogotá para el intercambio y compra de ropa de segunda mano y parte importante de su decisión consciente sobre la huella de carbono, el control y cuidado al medio ambiente que la motivo a hacer parte de este proyecto. (Ver anexo 3).

6.2.4. Técnicas para el análisis de datos

Como se indicó anteriormente, el enfoque de la investigación es de tipo mixto debido a que la investigación se hará de tipo cualitativa y cuantitativa; por tal motivo, se indica en qué consisten las técnicas de análisis de datos:

- **Técnicas de análisis basadas en la estadística descriptiva e inferencias para el Estudio Cuantitativo.**

La estadística descriptiva tiene como objetivo resumir la información contenida en los datos de la forma más sencilla y presentable posible, obteniendo así los parámetros que distinguen las características de un conjunto de datos (lo que se conoce como estadísticos).

Estadística descriptiva

En primer lugar, la naturaleza de los datos. Mientras que la estadística descriptiva sirve tanto para una población como para una muestra (un subconjunto de esa población cuyos elementos son elegidos al azar), la estadística inferencial trabaja con muestras a partir de las cuales intenta extraer conclusiones sobre la población.

A partir de esta técnica podemos analizar la información recolectada a través de las encuestas realizadas a los consumidores, obteniendo información relevante para entender más a fondo las causas de la problemática presentada, identificar la frecuencia en la adquisición de productos de la industria textil, conocer que porcentajes de la población tienen claro conocimiento sobre la sostenibilidad y si existe una tendencia de migrar a la sostenibilidad en el área de los productos de la industria textil, identificar prioridades los factores más relevantes tenidos en cuenta antes de realizar compras de productos textiles, entender si para la población es importante conocer de primera mano que afectaciones puede generar en el ámbito social y ambiental las empresas que hacen parte de la industria textil y sus acciones para mitigar el impacto socio-ambiental, analizar qué población está de acuerdo con la sostenibilidad y la utilización de materias primas que no afectan el medio ambiental y por último, identificar el ciclo de vida útil de los productos comprados.

- **Técnica de la Teoría fundamentada y el análisis del discurso en el Estudio Cualitativo.**

Teoría fundamentada

La Teoría Fundamentada es una metodología más adecuada para resolver cierto tipo de cuestiones. Se adapta más a los esfuerzos para discernir el proceso a través del cual los actores construyen significados más allá de su pensamiento.

La TF como proceso interpretativo depende de la sensibilidad del investigador a los elementos tácitos de los datos o a los significados y las connotaciones que pueden ser aparentes como resultado de una lectura superficial de contenidos reveladores. (Sudabby, 2006).

Análisis de discurso

El discurso es un aparato translingüístico que supone un tipo de producción significativa que ocupa un lugar preciso en la historia.

El estudio del discurso enunciado debe realizarse juntamente con el estudio de la enunciación que funcionará como su contexto, sea cultural o de situación, como los clasifica Malinowsky.

7. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

7.1. Investigación de las variables de medición

Después de caracterizar las variables que van a ser objeto de estudio para dar respuesta a los objetivos planteados en el marco de la presente investigación, a continuación, se profundiza cada variable tomando como referencia la técnica de intervención correspondiente para su análisis, en este caso, dentro de la caracterización realizada en el punto anterior se tomarán como base registros históricos, documentos e investigaciones previas, las variables a analizar son las siguientes:

7.1.1 Primera variable: Empresas en la incursión de la moda sostenible en Bogotá D.C.

Bogotá es una ciudad productora de textiles, la Asociación Nacional de Industriales, ANDI, determinó que la industria textil en el contribuye al 4,8% del PIB industrial y 1,8% del PIB nacional (González, 2017). En cierto sentido se podría asemejar su situación a los países donde están ubicadas las maquilas que confeccionan la ropa para el Grupo Inditex. No obstante, World Economic Forum, el sector de la moda en Colombia está creciendo notablemente, de hecho, se considera de los más llamativos de América Latina después de México y Brasil (Cerezo, Kong & Frances, 2016).

La industria textil está dejando una huella en el medio ambiente irreparable, la segunda más grande a nivel mundial después del sector petrolero. Quantis, la organización enfocada en la sostenibilidad del sector, en el 2018, declaró que la fabricación de ropa y calzado es responsable de más del 8% de gases de efecto invernadero del planeta. Por esto, la moda sostenible se ha convertido en un compromiso de la industria para evitar el incremento de estas cifras.

Hay iniciativas en Colombia que ya no trabajan con materias primas convencionales, sino que a partir de los residuos de botellas PET y productos orgánicos, están generando

textiles. Sin embargo, este proceso de transformación se ha convertido en todo un reto, porque la tecnología para producirlos es costosa y en el país tan solo se recicla el 17% de los 12 millones de toneladas de basura que se generan anualmente, según lo informó la organización ambiental Green Peace para el año 2018.

Inexmoda, instituto de recolección de datos del sistema moda en Colombia y organizador de las ferias del sector más importantes del país, ha incentivado la colaboración y creación de conocimiento en espacios como “La ruta de la sostenibilidad” en Colombiamoda, con el fin de generar conciencia en la industria. Iniciativas como la ONG Clothe Moda Sostenible o el Banco de Ropa de la Fundación Minuto de Dios, hacen realidad la recuperación de material textil que fácilmente podría terminar en vertederos.

7.1.2 Segunda variable: Causas del por las cuales algunas empresas no han incursionado en la moda sostenible en Bogotá D.C

La industria de la moda se maneja bajo preceptos poco sostenibles en los que prima el beneficio económico por encima de los laborales o medio ambientales. Reemplazar los materiales con los que se confecciona es un buen inicio para reducir las cifras que condenan al sector como el segundo más contaminante a nivel mundial. Sin embargo, el consumo desmesurado no permite pensar en un futuro, sino en el instante.

Hay un reto de innovación en el tema de textiles, “de crear a partir de materias primas ya existentes”, asegura María Jimena. En Colombia es difícil acceder a este tipo de fibras que utilizan materiales no convencionales por la poca oferta que hay. Entonces, si las marcas quieren usarlos, deben importarlos de otros países y toca hacerlo en grandes cantidades. No obstante, estos textiles son costosos por la tecnología y trabajo que hay detrás para fabricarlos, por lo que resulta un factor disuasorio para los diseñadores.

La tendencia en la moda sustentable a afectado el volumen de ventas considerando que es un mercado muy específico que no alcanza a afectar las ventas. Al igual que consultar sí que dentro de su portafolio tienen algunas líneas relacionadas con la moda sustentable o han considerado implementarla. Identificar si realmente las empresas consideran que es una oportunidad que existe en el mercado o definitivamente es simplemente algo pasajero, es decir, para un grupo minorista de consumidores supremamente arraigados al tema del medio ambiente, pero no con expectativas de posicionarse en el mercado.

Equilibrio entre costo, velocidad y precio

El costo no es el único factor que incide sobre la rentabilidad, por consiguiente, los modelos de compra de los actores del mercado se desarrollan alrededor del costo, la velocidad y la calidad. Sin embargo, la mayoría de los jugadores aseguran que todos necesitan mejorar su velocidad al mercado para ser exitosos.

Tendencia global: El costo no es el único factor que incide sobre la rentabilidad. Aspectos como la frecuencia de surtido en las tiendas, la exclusividad y la innovación pueden influir fuertemente en el precio de venta de las prendas ▪ Por consiguiente, los modelos de compra de las grandes marcas se desarrollan alrededor del costo, la velocidad y la calidad.

Sin embargo, la mayoría de los jugadores aseguran que todos necesitan mejorar su velocidad al mercado para ser exitosos.

Oportunidades para Colombia: - La posición geográfica de Colombia es una ventaja competitiva para llegar a los países de la región con la velocidad que el mercado espera. -De igual manera, Colombia podría convertirse en el centro de manufactura de marcas de fast fashion que operen en la región si, además de aprovechar su ventaja geográfica, logra volverse distintivo en oportunidad de entrega (velocidad y cumplimiento).

Importancia a gran escala de empresas fast-Fashion

El fast fashion es un término utilizado para denominar la producción de ropa distribuida, con el fin de producir grandes cantidades para satisfacer la acelerada demanda de los consumidores. A pesar de que en el mundo se ve una crisis, en Colombia este modelo tiene buenas perspectivas. Entre los actores que siguen apostando en el país está Zara, almacén de ese formato de Inditex, el cual según datos del investigador de mercado Euromonitor, posee 6,1% de la participación del total del mercado de tiendas especialistas en la venta de vestuario y calzado colombiano.

La entrada de estas grandes superficies ha cambiado los hábitos de consumo, pues impulsan a que las personas compren con más recurrencia, debido a los bajos precios, y los diferentes modelos de rebajas.

7.1.3 Tercera variable: Factores que inciden en la moda sostenible

Se ha determinado que, para profundizar esta variable, es necesario conceptualizar lo que significa moda sostenible. En primer lugar, moda sostenible tiene varios nombres con los cuales puede identificarse: Slow fashion, moda ecológica, moda saludable, moda lenta o

moda ética, todos estos significan lo mismo y esto es lo contrario a la moda rápida o fast fashion. “La moda rápida se desencadena con la apertura de los mercados asiáticos” (Forest, Green, 2019) y se refiere a “los grandes volúmenes de ropa producidos por la industria de la moda, en función de las tendencias y una necesidad inventada de innovación, lo que contribuye a poner en el mercado millones de prendas y fomentar en los consumidores una situación acelerada de consumo” (Greenpeace México, 2021) estas colecciones voluminosas duran lapsos breves de tiempo, además se fabrican prendas con materiales de baja calidad, para asegurar un precio barato, fabricar estos volúmenes desmesurados de prendas, produce una sobreexplotación laboral de operarios al interior de las maquilas, además de estos problemas, se ha comprobado que existen prendas que no se usan más de siete veces cuando ya están en un vertedero, las materias primas utilizadas para la manufactura de las prendas, son responsables de altos índices de contaminación, en tierra, agua y aire, también se han realizado estudios que asocian enfermedades de la piel, por el tipo de tintes tóxicos utilizados para teñir las prendas y finalmente, pero no menos importante, durante su uso y lavado se producen micro plásticos que llegan al mar. Conociendo esto y las razones principales del por qué la moda rápida no es sostenible desde cualquier esfera que se analice, “la moda sostenible se define como todo lo contrario a esto, siendo una corriente de pensamiento, diseño, producción y uso de prendas o complementos basada en los siguientes criterios de valor” (Green Forest, 2019):

- Minimizar el impacto medioambiental para preservar y mejorar la salud del planeta
- Garantizar los derechos laborales condiciones laborales dignas
- Instaurar una economía circular basada en el crecimiento cualitativo, competitivo eficiente e innovador frente al crecimiento únicamente cuantitativo
- Ahora para que una prenda pueda ser sostenible debe cumplir con una serie de características, que se van a mencionar a continuación:
- **Ecodiseño, Fabricación, Manufactura, Embalaje y transporte, Condiciones laborales de los trabajadores, Certificaciones y etiquetados.**
- **Vida útil de la prenda:** Se ha establecido que el impacto que genera la industria textil no termina cuando el consumidor compra sus prendas, este impacto hasta el momento va en un 30%, siendo el otro 70% generado por las practicas del consumidor en el lavado, planchado y disposición final de la prenda. (Green Forest, 2019)

- **Recuperación de la prenda:** En este aspecto, se mencionan filosofías o teorías como la moda circular (donar, de intercambiar, de reutilizar, de alquilar, de reciclar y también

En este sentido y revisados los aspectos más preponderantes para determinar si las prendas cumplen con las características de moda sostenible, (factor que es indispensable para saber cómo comprarlas), a continuación, se procede a analizar cuáles son esas barreras o factores que inciden para que el consumidor adopte una tendencia hacia la moda sostenible en la ciudad de Bogotá D.C.

Las barreras son:

- **Desconocimiento:** El consumidor promedio, consume ropa fast fashion sin asociar el tema de la moda con el concepto de sostenibilidad. Muchos se guían por su deseo de compra y su capacidad adquisitiva, por lo general las prendas son de su nivel de adquisición, precisamente por todos los temas ocultos que hay detrás de ella. (Danish Fashion Institute, 2012: 13). Quizás aquí el problema hallado no es precisamente el deseo de compra, si no los grandes volúmenes de ropa que ofrece el fabricante sin contar lo que hay detrás de su fabricación y manufactura. Se cree que, si muchas personas se informaran sobre este proceso, muchas también cambiarían su percepción de consumo. También existe un desconocimiento de las múltiples opciones que existen para darle una adecuada disposición final a las prendas que se desechan, entre esas opciones esta donar, vender o llevar a sitios especializados para su reciclaje, todo esto se engloba dentro del concepto moda circular y la mayoría de los consumidores no lo saben.
- **Escasa visibilidad:** “La disponibilidad de este tipo de ropa es muchísimo menor y si no tienes acceso a ella hay un peligro muy grande de que la gente diga, iré a la tienda que tengo al frente” (Hernández, Pilar, 2019). Este problema de visibilidad se traduce en que si no existe un mercado que oferte este tipo de prendas a gran escala, no existirán consumidores que la demanden.
- **Marca / Moda / Tendencias:** Este es un tema netamente cultural, asociado a paradigmas de que la moda fast fashion es de “marca” y siempre lo que ofrecen este tipo de marcas está a la vanguardia en tendencias, mientras que la moda Slow fashion ofrece diseños tradicionales con el fin de no guiarse por un factor desaforado en

tendencias, la cual causa una producción y consumo irresponsable. Esto se asocia a que no existe una conciencia limpia de compra.

7.1.4 Cuarta variable: Objetivos de desarrollo sostenible

- **Trabajo decente y crecimiento económico:**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible en su objetivo 8; Trabajo decente y crecimiento económico, busca activar la economía de los países mediante el planteamiento de metas como; “Promover políticas para apoyar la creación de empleo y el crecimiento de las empresas, Trabajo decente e igualdad de remuneración, Reducir el desempleo juvenil, Poner fin a la esclavitud moderna, la trata y el trabajo infantil y el Acceso universal a servicios bancarios, de seguros y financieros” (Departamento nacional de planeación, 2019)

Para el caso de Colombia, en la problemática del alto nivel en la tasa de desempleo, en el informe del DANE de empleo y desempleo de enero de 2019 se evidenció que para el cierre 2018 se encontraban laborando más de 22 millones de personas, y aunque fue uno de los niveles más altos de ocupación desde 2001, no fue suficiente para bajar la tasa de desempleo que se ubicó en un 9,7%, siendo esta la más alta en los últimos 4 años y la segunda más alta en América Latina después de Brasil con un 12% (DANE, 2019). Para el caso del sector textil, en este ha aumentado el número de personas desempleadas debido a los bajos niveles en la fabricación de prendas de vestir, según la DIAN uno de los factores que influye negativamente en esta baja en la producción es el contrabando, ya que la mercancía textil que entra al año al país de manera ilegal, llega alrededor de los 6 billones de pesos, según esta cifra el contrabando tiene la tercera parte del mercado textil ya que 18 billones es el total del mercado nacional, los importadores legales cuentan con un 35% y los empresarios formales tienen el otro 30% (El Nuevo Siglo, 2019).

Según la encuesta de la industria manufacturera realizada por el DANE en 2017, la escasa fabricación de prendas de vestir es también un efecto de las empresas que se han visto en la necesidad de ir a liquidación y reestructuración, para la Cámara Colombiana de Confecciones y Afines (CCCyA), este bajo nivel en la fabricación se origina de factores como el incremento en las importaciones de productos textiles de países como India, Vietnam, Panamá y China, en este último crecieron en un 38%. Este aumento en las importaciones de estos países se debe al bajo arancel que se está aplicando a estas mercancías, mientras que en países como México, Brasil, Ecuador y Estados Unidos tienen acuerdos comerciales y aranceles por encima del 35% para ayudar a frenar la entrada

desmedida de productos a sus territorios, en Colombia no se tiene un acuerdo comercial con países asiáticos y el arancel está en un 15%, lo que beneficia más a quienes traen mercancía que a las empresas que siguen fabricando en el país (El Nuevo Siglo, 2019).

En resumen, el contrabando, las importaciones de países asiáticos y el bajo arancel aplicado a productos textiles, trajeron como consecuencia que en 2017 el sector textil generara un aporte a la tasa de empleo del 21.35% después de haber estado en el año 2005 en un 32,5%, esto significa que en ese lapso de 12 años se descontaron más de 600 mil puestos de trabajo. Según cifras del DANE en 2016 el sector contaba con 606.752 empleos formales, y para final de 2018 solamente Iván Darío Garzón Laguna se disponía de 542.321 puestos de trabajo, en otras palabras, se perdió cerca del 10,6% de la ocupación laboral formal del sector textil (El Nuevo siglo, 2019)

El Gobierno Nacional viene adoptando medidas macroeconómicas y desarrollando un trabajo sistemático en torno a la Comisión Nacional de Competitividad e Innovación para lograr un entorno empresarial competitivo, que fomente la creación de nuevas empresas y estimule el crecimiento de las existentes en las distintas regiones de Colombia. A través del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”, se sentaron las bases para una economía dinámica, incluyente, sostenible, competitiva y basada en el compromiso de potenciar al máximo las posibilidades de nuestras regiones, estimulando un mejor crecimiento y desarrollo desde la periferia hacia el centro y con énfasis en el objetivo de acabar la informalidad y la pobreza extrema. (Gobierno de Colombia, 2019)

Desde la perspectiva del empleo y tejido empresarial, el sector moda es estratégico para la economía nacional. Este sector concentró el 19,1% del empleo manufacturero del país y el 22,5% de las empresas manufactureras para 2018 y 2019 respectivamente. Adicionalmente, el sector exportó un total de 553 millones de dólares en 2018, lo cual representó el 3,6% de las exportaciones no minero energéticas totales del país. (Gobierno de Colombia, 2019)

Ilustración 2. Crecimiento de la industria textil en Colombia.
Fuente: EAM-DANE

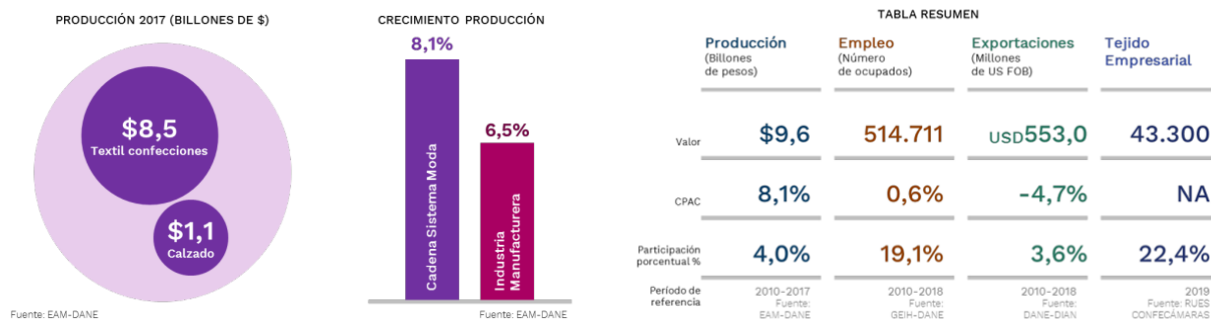


Ilustración 3. Tabla resumen por participación entorno económico.
Fuente: EAM-DANE

- **Industria, innovación e infraestructura**

Teniendo en cuenta que la industria, la innovación y la infraestructura es uno de los objetivos de desarrollo sostenible, desde la dinámica de moda sostenible en Colombia y más en específico para Bogotá D.C., objeto del presente estudio, se ha establecido esta como una variable de la investigación realizada dado a que pertenece a una industria, en este caso la industria textil, segunda la innovación y la infraestructura hacen parte de los pilares fundamentales para llevar a cabo la sostenibilidad en aspectos relativos a procesos de producción y manufactura.

Los mercados fast – fashion se posicionan a gran escala en Bogotá D.C., esto porque los pagos de aranceles para estas grandes industrias son bajos en comparación con los aranceles que pagan las empresas que importan materias primas en Colombia. (EOB Fashion, Luxury y Retail, 2021); esto para dejar claro cómo se encuentra económicamente el sector textil, pero ahora en cuanto a innovación e infraestructura se ha determinado que el campo de maquinaria y equipos tiene muchas oportunidades de mejora, tan es así que en este momento alcanzar los niveles de producción de Asia, (empresas de donde proviene el fast – fashion), es realmente imposible, sin embargo se hace la salvedad que lo que busca la moda sostenible no es producir a gran escala sino producir limpiamente, partiendo de esta premisa, tendrían que mejorarse dos aspectos que intervienen en la manufactura de tejidos y prendas, el primero de ellos materias primas limpias y el segundo maquinaria que permita reciclar nuevamente las fibras que se han desechado, este sería el panorama ideal para una producción limpia. En Bogotá no se cuenta con la infraestructura necesaria para esto, sin embargo, ya existen

ejemplares de esta tipología, como lo es la máquina Looop, ubicada en una tienda H&M en la capital sueca (INFOBAE, 2021).

En cuanto al tema de innovación en la ciudad de Bogotá D.C relacionados con la moda sostenible, existen gran variedad, entre los más conocidos ONG Clothe y la producción y manufactura de prendas a base de plástico reciclado (PET), la mayoría se encuentran en redes sociales como Instagram y TikTok. Aquí el tema de innovación puede llegar a ser tan extenso que ya existen iniciativas tales como el diseño de nuevos materiales con el fin de ser reutilizables más adelante o que se conviertan en compost cuando estén en su proceso de descomposición, (Fashion Revolution, 2018).

- **Producción y consumo responsable**

Producción responsable.

La producción textil sustentable y su resultado final, un producto transparente desde el origen y amigable con el medio ambiente, se están convirtiendo en un valor central de las estrategias corporativas de las empresas textiles. Las nuevas generaciones de consumidores conscientes exigen un producto elaborado de manera sostenible y el sector textil está actuando sobre ello de manera fundamentada y transparente. El crecimiento actual y la relevancia futura de una marca textil dependen -y lo harán cada vez más- de la capacidad que tenga la empresa para responder a estas nuevas exigencias de la tendencia de compra actual. (Farías, 2016)

Con esta coyuntura y sus desafíos ya no hay lugar para que esto signifique solo una acción de marketing. La sostenibilidad es un principio rector que exige acción y procesos concretos a través de los cuales una empresa toma decisiones estratégicas para abordar la situación y generar un producto responsable y sostenible.

Una de las incorporaciones actuales a la matriz productiva de las marcas de moda son las colecciones conscientes y sustentables. En ellas se revelan la utilización de tejidos y materiales reciclados, nuevas fibras de origen sostenible y se ha expandido la incorporación de fibras orgánicas, como el algodón orgánico certificado, en sus tejidos. La elaboración de los modelos de estas colecciones es a través de procesos más respetuosos con el medioambiente. Implican, por ejemplo, la utilización de una menor cantidad de agua en su fabricación.

Consumo Responsable.

El consumo responsable es una forma de producir y consumir bienes o servicios de acuerdo con nuestras necesidades reales, optando por opciones que favorezcan la sostenibilidad, la conservación del medio ambiente y la equidad social. Trata de fomentar el uso eficiente de los recursos, evitar la contaminación y mejorar la calidad de vida de las personas, gracias a un consumo consciente.

Para cumplir con la Agenda 2030, hay que avanzar en los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Precisamente, el objetivo número 12, trata de mejorar y difundir los modelos de producción y consumo responsables. (Villach, 2021)

Consumo Responsable en el Sector Textil:

Debido al daño ambiental que está generando la industria textil al medio ambiente, muchos consumidores han comenzado a cambiar sus hábitos de consumo, bien comprando productos que no dañen el medio ambiente, alargando la vida de estos o reduciéndolos. (Jordán, 2019)

Debido a este compromiso y conciencia que están adquiriendo las personas alrededor del mundo, ha surgido un nuevo concepto, el llamado Eco-Fashion o Eco-Moda, se puede definir como la ropa diseñada para un uso largo de tiempo, que se produce de forma ética, con sistemas seguros que causan muy bajo o ningún impacto ambiental, utilizando materiales ecológicos o reciclados. (Fletcher 2008).

Los consumidores Eco-Fashion, lo que buscan en esta nueva tendencia son prendas que les permitan estar a la moda sin dejar ninguna huella en el medio ambiente, pero además estas personas tienen un fuerte compromiso ético y social, el cual va más allá de la identidad o valores estéticos de la marca, esto es debido a que mediante las prendas que usan, expresan y definen su personalidad, creencias y les da una identidad. (Ninimäki, 2010). Kaiser (1990) argumentó que la ropa puede verse como un parte fundamental de nuestra comunicación social. Por eso, es que estos consumidores buscarán ropa ecológica antes que marca.

También se debe tener en cuenta que no solo es el consumidor, sino también las empresas las que pueden tener en sus políticas el concepto de la moda ecológica, para facilitar al consumidor la adquisición de estas prendas amigables con el medio ambiente. Harris, Roby y Dibb (2015), llegaron a la conclusión que los Gobiernos deben crear políticas

que concienticen y guíen la conducta de consumidores y empresas, aparte éstas últimas deben desarrollar telas que tengan una mayor duración.

Algunos gobiernos, ya sean a nivel de estado o regional, también han tomado una lucha contra el consumo irresponsable de la ropa; en algunos países incluso se han elaborado manuales para el consumo responsable de ropa y complementos, con pautas principales para la reducción de consumo, no consumir por consumir, hacerlo cuando realmente es necesario; durante la compra, revisar las etiquetas para saber de qué están elaboradas las prendas, mirar la posibilidad de comprar ropa de segunda mano, comprar en el comercio local; después alargar la vida de las prendas y cuando ya no le sirva a la persona, donarla si aún se encuentra en buen estado, o en caso contrario, llevarla a un lugar de reciclaje; finalmente, buscar establecimientos comerciales o por internet que vendan ropa con el modelo de moda sostenible.

En Colombia, la Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones de la ANDI, promueve la gestión sostenible a través de acciones orientadas principalmente a:

- La formación y fortalecimiento del talento humano.
- El encadenamiento productivo para afrontar la informalidad, apoyar el crecimiento y fortalecimiento de los proveedores y desarrollar productos naturales y ecológicos.
- La promoción de la innovación, investigación y desarrollo que generen nuevas y mejores formas de hacer las cosas y productos más amigables con el medio ambiente.
- La sensibilización y formación de empresarios en materia de RSE y sostenibilidad. Con la Gerencia de Responsabilidad Social de la ANDI se realizan acciones de formación y promoción de iniciativas en asuntos sociales y ambientales de los negocios. Todo bajo los estándares internacionales de sostenibilidad y en alianza con expertos internacionales.
- El fomento de decisiones empresariales basadas en principios éticos y el respeto de los Derechos Humanos y el medio ambiente. (Garavito, 2012)

7.2. Recolección de datos y análisis de datos

Según la información recopilada por medio de la aplicación del instrumento seleccionado para recopilar la información, en este caso la encuesta, se compartió a 200 personas de las cuales 151 personas respondieron; la mayor participación fue realizada por mujeres con 77 participaciones, que equivale al 51,0% y 74 participaciones de hombres, que equivale al 49%.

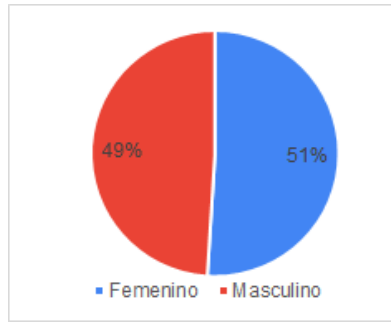


Ilustración 4. Población instrumento de medición.

Fuente: elaboración propia.

Con relación a las edades de los participantes, se encontró que oscilan entre los 12 y 57 años, de los cuales 4 son menores de edad, el promedio de edad de los participantes es de 35 años.

Analizando la pregunta **N.1**, con qué frecuencia adquiere prendas de vestir, los resultados arrojados son los siguientes:

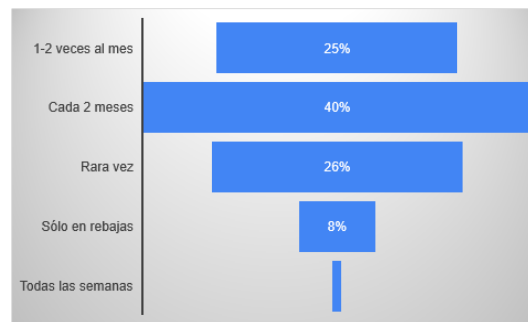


Ilustración 5. Frecuencia de hábitos de compra.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se identifica que el 65% de los encuestados, consume productos textiles entre 0 a 2 meses, evidenciando que la mayor parte de las personas no son conscientes de la alta cantidad de desechos que se pueden generar durante el proceso productivo y la disposición de desechos finales; en contraste, con los factores investigados, las personas presentan una cultura de consumo “flash fashion”.

La pregunta **N. 2**, Conoce el término de moda sostenible, un 31.8% de los encuestados contestaron que no saben del tema; mientras que el 68,2% restante demuestra tener poco conocimiento del tema de la sostenibilidad en los productos textiles. Lo puede indicar que, por este motivo, las empresas textiles de Bogotá no consideren realmente trascendental, migrar de la industria textil tradicional a una industria textil sustentable.

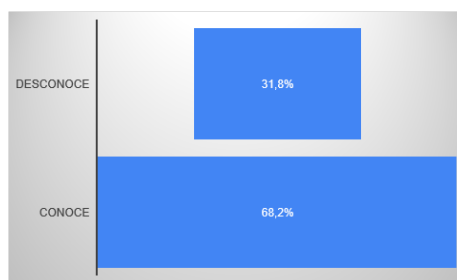


Ilustración 6 6. Conocimiento sobre termino moda sostenible.
Fuente: elaboración propia.

Con relación a la pregunta **N. 3**, existe un interés sobre el impacto ambiental y social por parte del consumidor antes de seleccionar la marca o producto en específico que desea comprar, los participantes contestaron lo siguiente: Un 52,3% dijo si, mientras que el 47,7% que contestó lo contrario; es decir que, pese a que existe un previo conocimiento por parte de los consumidores sobre el impacto que genera la industria textil medio ambiental y socialmente, sus niveles de consumo no tienen en cuenta estos factores; es decir, existe el conocimiento pero no el compromiso de apropiar prácticas sostenibles.

La pregunta **N. 4**, sobre el nivel de importancia que tiene el impacto ambiental y social al momento de seleccionar una prenda de vestir o marca de ropa; es preocupante la respuesta de los participantes, pues en un alto porcentaje, no tiene en cuenta estas variables y se dejan llevar por el consumismo.

ESCALA DE IMPORTANCIA DEL IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL				
5	4	3	2	1
Le es indiferente	Calidad y marca	Producto local	Precio y componentes	Condiciones laborales

- 5 Mas importante
- 1 Menos importante

Teniendo en cuenta el reporte obtenido con la encuesta, se puede evidenciar que, para el consumidor a la hora de adquirir una prenda textil, la mayoría de los encuestados indican que les es indiferente los factores de sostenibilidad, para ellos, la calidad y la marca son las características más importantes; de acuerdo con lo anterior, se reitera en el proceso investigativo que el consumidor no tiene una consciencia ambiental establecida dentro de sus hábitos de compra.

Analizando la pregunta **N. 5**, los participantes en su mayoría están de acuerdo con las afirmaciones planteadas, todas relacionadas con las prácticas conscientes a favor del medio ambiente. Para los consumidores Bogotanos, es importante conocer de primera mano el impacto social y ambiental que genera la industria textil; además de conocer si las materias primas fueron adquiridas a nivel local, el proceso de producción realizado con el fin de ampliar su conocimiento de la sostenibilidad en el consumo responsable. De igual forma, para estos consumidores es relevante que las compañías compartan las políticas que aplican en materia de protección a sus trabajadores, así como también, que prácticas realizan para minimizar el impacto generado por su proceso industrial en el medio ambiente.

La pregunta **N. 6**, Que hace con las prendas que ya finalizaron su vida útil o que ya no utiliza, el 49,0% de los encuestados, contestó que la dona, seguido de un 35,8% que prefiere regalarla a un familiar; el 3,3% prefiere guardarla, el 1,3% revenderla mientras que el 10,6% se inclina por desecharlo.

En términos de sostenibilidad, resulta ser favorable que la mayoría de las personas (89,4%) tiendan a donar, regalar o revender las prendas que no utilizan o que consideran que finalizó su vida útil, lo cual puede generar que estas prendas sean utilizadas en un tiempo mayor por diferentes personas alargando el ciclo de vida de estos productos, esto contribuye a disminuir la adquisición de nuevas prendas y mitigar el impacto ambiental generado por la mala disposición de desechos.



Ilustración 7. Disposición final de los textiles.
Fuente: elaboración propia.

Con relación a la pregunta **N. 7** y las barreras para la implementación de la moda sostenible, los participantes consideran que existe una gran resistencia al cambio por parte de las industrias por prácticas poco éticas que perjudican de manera grave el equilibrio de nuestros ecosistemas.

- Precio. Resistencia al cambio por parte de las industrias, Tecnificación y Políticas legislativas

Falta de capacitación sobre los modelos de economía circular y su implementación.
 Conocimiento del consumidor acerca de las características de las prendas de vestir en el mercado

FACTORES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA MODA SOSTENIBLE				
5	4	3	2	1
Precio	Resistencia al cambio por parte de las industrias.	Tecnificación y Políticas legislativas	Falta de capacitación sobre los modelos de economía circular y su implementación.	Conocimiento del consumidor acerca de las características de las prendas de vestir en el mercado.

5 Mas importante

1 Menos importante

Para el consumidor, la barrera principal para la implementación de la moda sostenible es el precio de adquisición de los productos, factor que será analizado según la moda fast fashion y la moda sostenible. De igual forma, considera como segunda barrera principal, la resistencia al cambio por parte de las industrias, esto debido a la falta de tecnificación y oferta de materias primas sostenibles; problema en donde no se están aplicando políticas legislativas que garanticen precios competitivos.

La pregunta **N. 8**, cuáles materiales sostenibles conoce que se pueden implementar en la industria textil, los encuestados en su gran mayoría refieren haber escuchado del tema, pero no saben con propiedad cuales son los materiales que se utilizan con más frecuencia para elaborar las prendas.

De acuerdo con el análisis realizado en las encuestas se observa que los materiales sostenibles más relevantes que conocen los encuestados son los siguientes: Algodón orgánico (21,1%), Plástico (16,1%), Fibra de Bambú (10,0%), Fibra de frutas (5,6%), y la Tela Reciclada (5,0%), en la siguiente tabla se encuentra el resultado de productos que consideran los consumidores como sustentables:

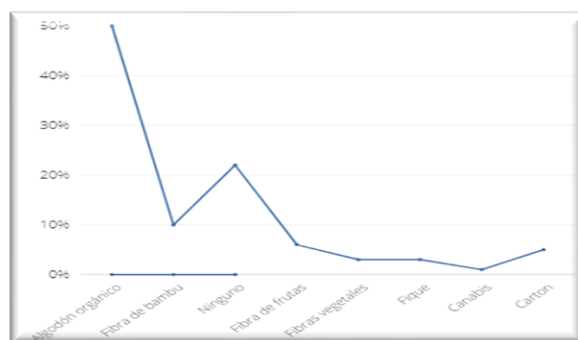


Ilustración 88. Conocimiento sobre materiales sostenibles.
Fuente: elaboración propia.

De las personas encuestadas, el 21,7% no conoce ningún tipo de material sostenible.

La pregunta N. 9, estaría dispuesto a adquirir prendas realizadas con materias primas sostenibles que protejan los recursos naturales, si estas contaran con el estándar de calidad, precio esperado de la industria, el total de participantes contestó que sí; lo que permite analizar que si es posible implementar moda sostenible en la capital colombiana, pero para ello es necesario hablar del tema, concientizar a la industria sobre este tipo de prácticas a favor del medio ambiente y hacer difusión de las ventajas del método.

Para la verificación de recolección de datos arrojado por el instrumento de forma individual (Ver anexo 2).

7.3. Discusión de los resultados

Teniendo en cuenta lo planteado en la variable Empresas en la inclusión de la moda sostenible en Bogotá se considera que son diversas las compañías que han incursionado en este sistema de moda, entre ellas tenemos:

- Lish Clothing, Dvotio, Little Ramonas, Juan Pablo Martínez, Religare, Casa Lefay, Paloma y Angostura, My green life shop, Tania Rincón, Maathai Organic.

En Bogotá son varias las empresas, desde las materias primas hasta el producto final, que se han sumado a la tendencia. Liliana Mejía, experta en sostenibilidad, explica que en el país las compañías del sector entraron a la conversación respondiendo a una tendencia y no como un paradigma ético.

Son varios puntos los que se deben tener en cuenta al hablar de sostenibilidad en la industria de la moda colombiana, según explica Mejía. Primero, no se puede generalizar; segundo, las empresas que transitan lo hacen desde una tendencia de mercado por lo que no

cumplen con el primer paso de la sostenibilidad ambiental, es decir, saber cuál es el impacto de la marca; tercero, los materiales amigables son costosos y se limita su democratización.

Por otro lado, se evidencio que las empresas que no están en la moda sustentable y siguen en la moda tradicional, se debe a que ya tienen una infraestructura tecnológica, procesos y planta de producción sólida. Los procesos prácticos donde precisamente trabajan para generar a escala minimizan recursos apostándole más a vender o producir en serie. Esto hace que los precios varíen según la calidad del producto, lo cual va ligado al cuidado del medio ambiente. La producción en serie permite manejar el tema de los costos, ya que serán más bajos. Es innegable que las causas más importantes del por qué algunas empresas no han incursionado en la moda sostenible es el alto costo de los insumos debido a la dificultad de conseguir las materias primas y el valor elevado de la infraestructura tecnológica, entre otros.

Ahora con respecto a los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas y la consulta en registros históricos y documentos frente a los factores que inciden en la moda sostenible, pueden extraerse las siguientes barreras desde el punto de vista del consumidor: Desconocimiento de como una prenda o marca es sostenible, conocen o han escuchado el concepto pero no saben de sus implicaciones, escasa visibilidad de tiendas de moda sostenible, precio siendo la más importante, factores culturales como la marca y tendencias de la moda, el reporte de las encuestas evidencia de las variables evaluadas que aparte de las barreras anteriormente descritas se encuentra que: no existen políticas legislativas suficientes para que la moda sostenible sea una realidad, hay una resistencia al cambio por parte de las industrias, tecnificación y falta de capacitación en modelos de moda circular.

Con respecto a la variable de Producción y Consumo responsable, en la actualidad se presenta un conjunto de factores que impiden que los programas de sostenibilidad sean de manera más fuerte en la industria textil, ya que al parecer existe conflicto de intereses y desconocimiento en el tema por parte de muchos productos y de los mismos compradores.

A muchas personas, les interesa adquirir los productos textiles por el precio o la marca sin tener en cuenta cual ha sido el proceso de producción que ha tenido, cual fue la mano de obra empleado en la elaboración del mismo y mucho menos cuales fueron los materiales y recursos utilizados; situación que genera un efecto en las industrias, quienes finalmente pueden responder o no los procesos de producción sustentables exigidos por los compradores, quienes con su demanda de productos pueden hacer que las industrias mejoren sus prácticas de producción orientadas por la sostenibilidad, ya que sus necesidades pueden ser orientadas

a adquirir productos elaborados con tejidos y materiales reciclados, nuevas fibras de origen sostenible, fibras orgánicas y aquellas prendas que en su proceso de producción demanden menor consumo de agua, de energía o la implementación de químicos.

Ahora bien, es de mencionar que el concepto de moda fast fashion, ha facilitado la forma en que las personas adquieren productos textiles con mayor frecuencia y en mayor cantidad; sin embargo, muchos de estos productos o por decirlo así, la mayoría no indican de que están hechos, su lugar de procedencia y sobre todo, resultan ser prendas de vestir de baja calidad, que seguramente no tendrán una vida útil bastante considerable y que terminarán por desecharse mucho antes de lo previsto. Los consumidores en muchos de los casos consideran que los productos sostenibles son demasiado costosos, aunque en la actualidad existen numerosas ofertas de productos sustentables que tienen precios favorables en costo para la mayoría de las personas. Por otra parte, muchas personas no compran productos de buena calidad porque estos son un poco más costosos, situación que hace que olviden que estos productos pueden ser más duraderos, que incluso cuando se dejen de usar se pueden regalar, donar, revender o disponer en sitios de reciclaje de textiles para su reutilización; situación que genera un impacto ambiental grande pues no se estaría evitando producir grandes cantidades de desechos.

De acuerdo a la entrevista realizada a ONG Clothe Moda Sostenible, entendemos que el cuidado sobre la huella de carbono es una decisión personal que se cuenta con bastante información actualmente por medio de noticias, redes sociales y que ha venido creciendo como una tendencia estacionaria dentro de Colombia, para lo cual es importante entender que existen diversas formas de aportar a la sostenibilidad y la economía circular como es nombrado anteriormente desde el proceso productivo con materiales ecoamigables, el ciclo de la vida útil en donde están procesos como la venta de prendas de segunda mano, donación y el reciclado para creación de nuevas prendas, sillones o rellenos. No existe una excusa valida actualmente para dejar de lado el compromiso con este el único planeta que tenemos en la actualidad para vivir, como reflexión nos indica que “Siempre que exista un consumidor que no tenga conciencia ambiental, seguirán existiendo empresas que provean productos que no cuenten con políticas laborales apropiadas, materiales amigables con el medio ambiente o nuevos desarrollos para el cuidado”.

Por último, se requiere que el gobierno local implemente programas de cultura social en donde se eduque a las personas acerca de mejorar el comportamiento de compra de

productos, en donde se oriente la adquisición de estos que hayan sufrido un proceso productivo sostenibles; en donde, las personas traten de adquirir productos no solo sustentables, sino de calidad, con el fin de extender su vida útil para evitar en lo posible la generación de desechos contaminantes para el medio ambiente.

8. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- Una barrera para incursionar en la moda sostenible es la mejora en la tecnificación y producción de materias primas orgánicas sin el uso de tintes con una carga de toxicidad elevada, Bogotá D.C. produce e importa tejidos y telas que no vienen de una buena procedencia responsable con el medio ambiente.

- En cuanto a los factores que inciden para que el consumidor adopte una tendencia hacia la moda sostenible, después de hacer la investigación de las variables y el análisis de los resultados de las encuestas, se determinó que existen tres variables indispensables para acogerse a la moda sostenibles, son: El precio, escasa visibilidad de tiendas de moda sostenible y falta de información sobre la moda sostenible.

- Consecuentemente, se debe educar y concientizar sobre prácticas amigables para el medio ambiente, pues es notorio que nos encontramos en una sociedad marcada por el consumismo desmesurado y necesaria de aprobación; las redes sociales se han convertido en un agente activador de presión social que ha contribuido a la proliferación de la moda rápida.

- Los factores que inciden en la compra de la moda sostenible hacen parte de grandes huecos de información que van desde las políticas y regulaciones para las industrias textiles, comunicación y reporte sobre medidas de trabajo digno, origen de materias primas hasta el correcto uso y disposición de las materias textiles.

- El precio es la mayor barrera para imponer una industria sustentable, la fast fashion (moda rápida) ofrece prendas económicas que son desechadas a corto plazo, generando volúmenes mayores de basuras; las prendas de calidad que son más costosas no son tenidas en cuenta por la mayoría de los consumidores que no tienen en cuenta su durabilidad, la cual permitiría regalar, donar, reutilizar o revender, disminuyendo la necesidad de comprar más y evitar generar mayores desechos.

9. REFERENCIAS

- Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2020/Abril-2020/Conozca-los-decretos-normas-y-otras-disposiciones-para-el-sector-de-moda>
- Colombia.co. (2019). Moda Sostenible en Colombia, mucho más que una tendencia. Marca Colombia. Obtenido de: <https://www.colombia.co/marca-colombia/aliados/empresas/moda/moda-sostenible-en-colombia-mucho-mas-que-unatendencia/>
- Departamento nacional de planeación (2020). Sostenibilidad. Dnp.gov.co. Obtenido de: <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/PactosTransversales/Pacto-por-la-sostenibilidad/Sostenibilidad.aspx>
- Dinero. (4 de abril 2019). La Moda Sostenible se toma las pasarelas. Revista Dinero. Obtenido de: <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/emprendimientos-colombianos-enmoda-sostenible/269233>
- Meneses, N. (2019). La moda sostenible entra en el armario. El País. Obtenido de https://elpais.com/sociedad/2019/03/11/actualidad/1552315218_083368.html
- Redacción medio ambiente. (2019). Industria de “fast fashion” está en una emergencia ambiental: ONU. El Espectador. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/medioambiente/industria-de-fast-fashion-esta-en-una-emergencia-ambiental-onu-articulo744131>
- Colorado. (2018). Después del petróleo, la industria textil es la más contaminante del mundo. Recuperado de <https://www.france24.com/es/20180424-medio-ambiente-fast-fashion-contaminacion>
- Dupleich, J. P. (2013). Desarrollo sostenible para vivir bien. IIE Annual Conference.Proceedings, 1-9. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1471958477?accountid=13250>
- Fernández, Díaz. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. Recuperado de https://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf
- García, M. A. (2018). Obtenido de http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/13550/1/Garc%c3%adaAcostaM%c3%b3nic_aViviana2018.pdf
- Garzón, J. E. (febrero de 2018). Cámara de Comercio de Bogotá. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2018/Febrero-2018/Industria-Textil-Colombiana-2018-telas-inteligentes-y-tendencias-ecologicas>
- Knoow.net, Enciclopèdia temàtica. (2015). Fast fashion. Recuperado de <http://knoow.net/es/cieeconcom/marketing-es/fast-fashion/>
- Latam, Karün. (2019) ¿Sabes cuánto contamina la industria de la moda? Recupado de <https://latam.karunworld.com/blogs/news/la-industria-de-la-moda>
- López Álvarez, Carolina. (2013). La moda sostenible, se pone de moda. Recuperado de <http://www.profesiones.org/var/plain/storage/original/application/9fe1dc9f5b8128a731860809b140fea5.pdf>
- Minambiente. (2021). Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Obtenido de <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/154-plantillaasuntosambientales-y-sectorial-y-urbana-7>

- Mira, Daiana. (2018). ¿Qué es el 'fast fashion' y por qué está haciendo de la moda un negocio insostenible? Recuperado de <https://www.contreebute.com/blog/que-es-el-fast-fashion-y-por-que-esta-haciendo-de-la-moda-un-negocio-insostenible>
- Knoow.net, Enciclopèdia temàtica. (2015). Fast fashion. Recuperado de <http://knoow.net/es/cieeconcom/marketing-es/fast-fashion/>
- Redacción iAgua. (2021, 4 febrero). Agua e industria textil: Las grandes compañías a examen. iAgua. <https://www.iagua.es/noticias/aguada-garcia-durango/15/04/23/agua-e-industria-textil-grandes-companias-examen>
- Elías, P. M. (2019, 20 diciembre). ¿Cuántos litros de agua llevamos puestos? iAgua. <https://www.iagua.es/blogs/paz-molina-elias/cuantos-litros-agua-llevamos-puestos-0>
- Xicota, E. (2020, 22 diciembre). La industria de la moda y la contaminación del agua. Ester Xicota. <https://www.esterxicota.com/impactos-moda-agua/>
- Carrera, E., Sabater, A., Cayuela, D., Stahel, A. Paradigma Sostenibilista. Tecnologia i Sostenibilitat. Càtedra UNESCO de Sostenibilitat. Universitat Politècnica de Catalunya. <http://tecnologiaisostenibilitat.cus.upc.edu/continguts/concepte-dedesenvolupament-sostenible.-paradigma-sostenibilista> (Consultar el 3 de febrero de 2016)
- Servicio textil completo ahorrando agua y energía. (2013, 26 abril). Interempresas. https://www.interempresas.net/Limpieza_Industrial/Articulos/102497-Servicio-textil-completo-ahorrando-agua-y-energia.html
- La industria textil apuesta por la reducción de huella hídrica. (2013, 25 marzo). Compromiso RSE. <https://www.compromisorse.com/rse/2013/03/25/la-industria-textil-apuesta-por-la-reduccion-de-huella-hidrica/>
- Lázaro, A. (2020, 12 octubre). Materiales textiles sustentables. La moda en serio. <https://lamodaenserio.com/materiales-textiles-sustentables/>
- La reducción del consumo de energía, clave para las empresas del sector textil. (2010, 16 julio). Interempresas. <https://www.interempresas.net/Textil/Articulos/42049-La-reduccion-del-consumo-de-energia-clave-para-las-empresas-del-sector-textil.html>
- El costo ambiental de estar a la moda. (2021b, febrero 26). Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- Ministerio de Energía y Minas de Perú. (2008, mayo). Elaboración de Proyectos de guías de Orientación del Uso Eficiente de la Energía y de Diagnóstico Energético. <http://www.minem.gob.pe/minem/archivos/Guia03%20Textil.pdf>
- Análisis del uso de las herramientas de Gestión Ambiental en las Empresas Comerciales del Cantón Morona Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 238-253. ISSN 1390-93
- Los retos sostenibilistas del sector textil. "Revista de Química e Industria Textil", 1 Març 2017, núm. 220, p. 20-32.
- La segunda vida de los textiles (2019). <https://www.cerembs.co/blog/la-segunda-vida-de-los-textiles>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=dce7ddd-a-c043-4cfc-9e81-d9a995a81901>
- Generación Vitnik (2018) La industria textil y la problemática ambiental <http://www.generacionvitnik.com/2018/08/06/la-industria-textil-y-la-problematica-ambiental/>
- <https://www.semana.com/impacto/articulo/proponen-convertir-los-residuos-textiles-en-materiales-de-construccion/48686/>
- <https://www.residuosprofesional.com/impacto-sector-textil-sus-residuos/>

- <https://www.minambiente.gov.co/index.php/asuntos-ambientales-sectorial-y-urbana/gestion-ambiental-urbana>
- Garcidueñas, P. (2018, 7 noviembre). ¿Cómo puede ser la industria textil sustentable? ExpokNews. <https://www.expoknews.com/como-puede-ser-la-industria-textil-sustentable/>
- Sostenible, R. D. P. P. E. D. (2018, 18 diciembre). Red de Periodistas por el Desarrollo Sostenible. Comunicación Sostenible. <https://www.comunicacionsostenible.co/site/la-industria-textil-asume-el-reto-de-la-sostenibilidad/>
- Textiles y moda sustentable. (2020, 7 enero). Blog Red de Universidades Anáhuac. <https://www.anahuac.mx/blog/textiles-y-moda-sustentable>
- FashionNetwork.com PE. (2019, 29 enero). La industria textil colombiana se adhiere tímidamente a la sostenibilidad. FashionNetwork.com. <https://pe.fashionnetwork.com/news/La-industria-textil-colombiana-se-adhiere-timidamente-a-la-sostenibilidad,1059479.html>
- Xicota, E. (08 de agosto de 2020). Los impactos de la industria textil y de la moda en el ambiente. (Mensaje en un blog). Recuperado de <https://www.esterxicota.com/impactos-moda-textil-medio-ambiente/>
- Equipo editorial, Etecé. (2021). Enciclopedia concepto. Recuperado de <https://concepto.de/industria-textil/>
- Arjona. R. Blog de WordPress.com. Fibras sintéticas y especiales. Recuperado de <https://fibrassinteticasyespecialesraquel.wordpress.com/1-1-2-antecedentes/>
- Gaviria-Arroyave, M. O.-E.-V. (2018). Evaluación de la ampliación de un reactor para el tratamiento de efluentes textiles con Bjerkandera sp. Revista Facultad de Ingeniería, Universidad de Antioquia., 80-90.
- Islam, A., Teo, S. H., Awual, M., Taufiq-Yap, Y., HueyNg, C., Dai-Viet, N., . . . RabiulAwual, M. (2021). Step towards the sustainable toxic dyes removal and recycling from aqueous solution- A comprehensive review. Resources, Conservation and Recycling, Volumen175.
- Santos, E. d. (2017). Anaerobic reactor type uasb conjunction with process fenton to remove color and chemical oxygen demand textile industry of synthetic wastewater. Engenharia Sanitaria e Ambiental, 285-292.
- SALUD, P. Y. G. Construcción, Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo. Recuperado de <https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+89.+Industria+de+productos+textiles>
- Bogotá, C. d. (septiembre de 2019). *Camara de Comercio Bogotá*. Obtenido de Camara de Comercio Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2019/Septiembre-2019/A-junio-colombianos-gastaron-mas-de-12-4-billones-en-moda>
- EOB Fashion, L. &. (16 de 06 de 2021). <https://enriqueortegaburgos.com/>. Obtenido de Enrique Ortega Burgos: <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-colombia-parte-2/>
- Network, F. (diciembre de 2020). El sistema moda en Colombia se recuperará en 2022. Bogotá, Colombia.
- ONU. (2020). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de Informe sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2020: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- PROCOLOMBIA. (mayo de 2015). *PROCOLOMBIA*. Obtenido de PROCOLOMBIA: <https://procolombia.co/swim-shown/datos-de-industria>

- Santillán, A. (2016, 13 septiembre). Estadística e inferencial: conceptos generales. Enfermería Basada Evidencias (EBE). <https://ebevidencia.com/archivos/3568>
- Corbin, J. & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13, 3-21.
- Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine Press.
- Bancolombia, G. (22 de enero de 2019). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de Grupo Bancolombia: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/actualidad-economica-sectorial/informe-consumidor-colombiano>
- Bogotá, C. d. (mayo de 2021). *Cluster, una Iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de Cluster, una Iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2021/Mayo/Tendencias-de-consumo-Vestuario-en-Latinoamerica>
- Comercio, C. d. (septiembre de 2019). *Camara de Comercio Bogotá*. Obtenido de Camara de Comercio Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2019/Septiembre-2019/A-junio-colombianos-gastaron-mas-de-12-4-billones-en-moda>
- Departamento nacional de planeación. (2019). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://ods.gov.co/>: <https://ods.gov.co/>
- El Nuevo siglo. (10 de 3 de 2019). El sector textil ha perdido 600mil empleos en 12 años. *El Nuevo Siglo*.
- Gobierno de Colombia. (8 de 8 de 2019). *Pacto por el crecimiento y para la generación de empleo del sector moda*. Obtenido de mlr.vicepresidencia.gov.co: <https://mlr.vicepresidencia.gov.co/Documents/2pacto-Moda-23082019--422943582.pdf>
- EOB Fashion, Luxury y Retail. (2021). Obtenido de <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-colombia-parte-2/>
- Fashion Revolution. (2018). Obtenido de <https://www.fashionrevolution.org/colombia-blog/modacircular/>
- INFOBAE. (2021). Obtenido de <https://www.infobae.com/america/carbononews/2021/02/11/asi-funciona-loop-la-primera-maquina-de-reciclado-de-ropa-de-hm/>
- Forest, Green. (2019). *Green Forest Wear*. Obtenido de <https://greenforestwear.com/que-es-la-moda-sostenible/>
- Greenpeace México. (2021). Obtenido de <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>
- Manzano Zambruno, L. (2014). *Moda sostenible y hábitos de consumo*. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/29430/Moda%20sostenible%20y%20h%E1bitos%20de%20consumo.pdf;jsessionid=1271F7C2434E0401543DB674E2CA91C3?sequence=1>
- Carrera Gallissà, E. (2017). Los retos sostenibilistas del sector textil. *Revista de Química e Industria Textil*, 20-32.
- Carrera, E. (15 de Septiembre de 2018). *Los retos sostenibilistas del sector textil*. Recuperado el 28 de Agosto de 2021, de <https://core.ac.uk/download/pdf/81583005.pdf>
- Durango, Á. G. (23 de Abril de 2015). *iagua*. Obtenido de <https://www.iagua.es/noticias/aguada-garcia-durango/15/04/23/agua-e-industria-textil-grandes-companias-examen>

10. ANEXOS

- Anexo 1. Instrumento de recolección de datos.
- Anexo 2. Resultados del instrumento.
- Anexo 3. Entrevista ONG