

# Diseño circular: creación de una colección de moda con textiles recuperados.

Villarreal Ballesteros, Selene

2025-06-09

---

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/6293>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>



### **Proyecto Integral Textil III**

Diseño circular: creación de una colección de moda con textiles recuperados. (Título tentativo)

Selene Villarreal Ballesteros.

Nicolás Riva.

Universidad Iberoamericana Puebla.

Antecedentes.	6
Un modelo de negocio basado en la destrucción medioambiental.	6
Desarrollo y Expansión de la Economía Social en el Siglo XX.	8
Descripción del problema.	10
Justificación.	13
Pregunta de investigación.	14
Objetivo general.	15
Objetivos específicos.	15
Casos análogos.	15
Weekday.	15
The R Collective.	17
Levi's.	18
Sentimiento.	19
Cruda.	22
Métodos de campo.	24
Entrevista Valentina Suárez, directora Universo Mola.	26
Entrevista Mariana Pérez Parada.	27
Entrevista Mariana Reyes Gamez (Vinculación y relación con grupos de economía social).	29
Entrevista Guille Coronado (Organización y gestión en economía social).	31
Entrevista Selene Agustín de Granja la tierra.	32
Encuesta de usuarios.	34
Marco conceptual.	36
Moda upcycling y Recuperación de materiales.	36
Economía social.	38
Jóvenes y consumismo en la ropa.	41
El Rol de la Economía Social en el Desarrollo Sostenible.	44
Inspiración en México.	46
Análisis foda.	47
Proceso de diseño.	48
Inspiración.	48
Moodboard.	50

Siluetas y texturas.	50
Gama cromática.	51
Temporalidad.	52
Concepto.	52
Bocetaje.	56
	62
Costos.	67
Mercado.	67
Punto de distribución.	68
Anexos.	74
Referencias.	82

*“se necesita un enfoque más holístico para distinguir entre las consecuencias y las causas de raíz de un problema perverso, que a menudo involucran a las dinámicas sociales que las conforman”*

*(Irwin, 2017).*

## **Abstract**

La industria textil es una de las principales responsables de la contaminación ambiental, debido al alto volumen de residuos generados y a los procesos de producción intensivos. Ante este panorama, surge la necesidad de replantear los modelos de consumo y producción dentro del sector de la moda. Este proyecto propone una solución basada en el upcycling , la reutilización creativa de prendas en desuso, integrada con principios de la economía social, como alternativa sustentable y equitativa.

El objetivo principal es desarrollar una colección de ropa reciclada que contribuya a disminuir el impacto ambiental del textil y, al mismo tiempo, fomente un modelo de negocio justo e inclusivo. Para ello, se llevó a cabo una amplia investigación documental sobre los efectos ambientales de la industria textil y los fundamentos de la economía social. Además, se analizaron casos análogos de iniciativas similares y se realizaron entrevistas de campo a usuarios involucrados en la moda sostenible y el reciclaje textil.

Entre los resultados más relevantes, se destaca la elaboración de un marco conceptual sólido, la recopilación de testimonios clave que enriquecieron el enfoque del proyecto y el desarrollo de una colección original de indumentaria a partir de materiales reciclados. Esta colección no solo refleja una estética consciente y artesanal, sino que también busca generar impacto social a través de prácticas colaborativas y comercio justo.

En conclusión, el proyecto demuestra que el diseño textil puede ser una herramienta transformadora que integre sostenibilidad ambiental y justicia social, aportando soluciones viables a problemáticas urgentes desde una perspectiva creativa, ética y comprometida.

The textile industry is one of the main contributors to environmental pollution due to the high volume of waste it generates and its resource-intensive production processes. In light of this situation, there is an urgent need to rethink consumption and production models within the fashion sector. This project proposes a solution based on upcycling, the creative reuse of discarded garments, integrated with the principles of social economy as a sustainable and equitable alternative.

The main objective was to develop a recycled clothing collection that helps reduce the environmental impact of textiles while promoting a fair and inclusive business model. To achieve this, extensive documentary research was conducted on the environmental effects of the textile industry and the foundations of social economy. Additionally, analogous initiatives were analyzed, and field interviews were carried out with key actors involved in sustainable fashion and textile recycling.

Among the most relevant results are the creation of a solid conceptual framework, the collection of valuable insights through interviews, and the development of an original clothing collection made from recycled materials. This collection not only reflects a conscious and handcrafted aesthetic but also seeks to generate social impact through collaborative practices and fair trade.

In conclusion, the project demonstrates that textile design can be a transformative tool that integrates environmental sustainability and social justice, offering viable solutions to urgent problems through a creative, ethical, and committed approach.

## **Introducción**

En un mundo cada vez más consciente de los efectos negativos del consumo excesivo y la explotación de recursos naturales, la sostenibilidad se ha convertido en una de las principales prioridades globales. La necesidad de repensar los modelos de producción y consumo para reducir el impacto ambiental y promover una relación más armónica con el planeta es urgente. Sin embargo, este enfoque no puede ser completo sin considerar la **economía social**, un modelo económico que busca equilibrar el desarrollo económico con la justicia social, la equidad y el bienestar colectivo.

La economía social se basa en la cooperación y la participación activa de las comunidades en procesos productivos que priorizan el bienestar de las personas por encima del lucro individual. Este modelo propone una alternativa a las dinámicas económicas tradicionales, ofreciendo un camino hacia un futuro más justo y sostenible. A través de este proyecto, se exploran las sinergias entre la sostenibilidad ambiental y los principios de la economía social, proponiendo soluciones innovadoras que no solo resuelvan desafíos ecológicos, sino que también promuevan un desarrollo económico inclusivo y solidario.

### **Antecedentes.**

#### **Un modelo de negocio basado en la destrucción medioambiental.**

El crecimiento incontrolado de la moda rápida es un problema que no solo afecta al medioambiente, sino también a las comunidades más vulnerables. Es preocupante ver cómo las soluciones implementadas por grandes empresas de la industria no generan cambios estructurales reales, sino que perpetúan un sistema basado en la sobreproducción y el consumo desmedido.

En este contexto, ha surgido la moda ultrarrápida, un modelo que lleva al extremo las características de la moda rápida. Shein, una de las marcas líderes en este tipo de modelo de negocios ha perfeccionado un sistema en el que los proveedores deben entregar pedidos en plazos extremadamente cortos que dependen de la explotación de los recursos naturales y la mano de obra, priorizando la rentabilidad sobre la sostenibilidad y la ética laboral. Mientras otras marcas de moda rápida como Zara mantienen plazos de producción de dos a tres semanas, Shein ha logrado reducir este tiempo a menos de una semana (Greenpeace, 2022).

Este ritmo de producción y distribución no solo es insostenible a largo plazo, sino que también refleja la falta de regulaciones efectivas para frenar la expansión de un modelo de negocio basado en la explotación de personas y recursos.

Ante esta crisis ambiental, han surgido modelos alternativos para reducir el impacto de la moda, entre ellos el upcycling o su término en español, suprareciclaje, una técnica que

transforma prendas y materiales descartados en piezas nuevas y de mayor valor generalmente situando el foco en la materialidad y los procesos productivos. A diferencia del reciclaje tradicional, que muchas veces degrada los materiales para convertirlos en nuevas materias primas, el upcycling busca aprovechar los textiles existentes sin perder su calidad original, promoviendo un enfoque más sostenible y creativo. (Vinlove, 2021).

La transparencia en la cadena de suministro se ha convertido en un aspecto importante para algunos consumidores, quienes desean conocer el origen y las condiciones de producción de sus prendas, pero aún no es una realidad colectiva, sin embargo, esta demanda de información refleja una creciente conciencia sobre la sostenibilidad y la responsabilidad social en la industria de la moda. La reutilización de materiales en el diseño no solo aporta valor estético, sino que también promueve prácticas más sostenibles, es por eso que diseñadores contemporáneos han seguido esta línea al crear colecciones a partir de estos principios, demostrando que es posible innovar sin recurrir a nuevos recursos o cadenas masivas de suministros.

Un ejemplo destacado de reutilización en la moda es el trabajo de Martin Margiela, quien fue uno de los pioneros en experimentar con estos principios. Entre 1988 y 2008, creó algunas de las prendas más inusuales y extravagantes vistas en la industria de la moda, convirtiendo bolsas de plástico en ropa, confeccionando chaquetas con guantes y calcetines viejos, Margiela buscaba tomar los residuos de la moda y transformarlos de forma intencional y visible, creando una fuerte declaración sobre el desperdicio, el consumo masivo y el poder de la reinención. (Lesso, R. 2022)

Otro ejemplo de esto es la marca Asos que junto a la fundación Ellen MacArthur, desarrollaron una colección realizada con stocks reutilizados, pero no solo eso, si no que de la mano de la fundación trabajan para acelerar la transición hacia una economía circular con el fin de abordar desafíos como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad, los desechos y la contaminación. Basándose en tres principios que definen la visión de economía circular para la industria de la moda y el textil como un modelo, buscando que los productos sean: Hechos para usarse más tiempo, hechos para ser

reutilizados en el futuro y hechos a partir de insumos seguros, reciclados o renovables. (ASOS, 2023)

Estas estrategias no solo reducen el impacto ambiental, sino que también educan al consumidor sobre la importancia de la circularidad en el diseño, denotando que la reutilización puede ser una fuente inagotable de creatividad y sostenibilidad en la moda contemporánea además de que incorporar materiales ya existentes en nuevas creaciones no solo enriquece el diseño y genera valor, también puntualiza la idea de que la moda puede ser tan innovadora como responsable, sin sacrificar la estética ni la funcionalidad.

### **Desarrollo y Expansión de la Economía Social en el Siglo XX.**

La economía social es un modelo de desarrollo que busca equilibrar el crecimiento económico con el bienestar social y la equidad. A diferencia de las empresas tradicionales, en las que la principal motivación es la maximización de ganancias, la economía social prioriza el beneficio colectivo, la cooperación y la inclusión.

Este enfoque es fundamental en la lucha contra la desigualdad y la pobreza, ya que promueve empleos dignos, fomenta la participación de las comunidades en la toma de decisiones y fortalece la economía local. Cooperativas, asociaciones, mutuales y empresas sociales son ejemplos de organizaciones que forman parte de este modelo, brindando oportunidades de trabajo justo y sostenible para sectores vulnerables.

La Economía Social surgió en el siglo XIX con el movimiento obrero, cuando los trabajadores se organizaron para enfrentar el desempleo y las malas condiciones de vida causadas por la Revolución Industrial. En este contexto, nacieron las primeras cooperativas y sociedades mutualistas. El cooperativismo sigue siendo una de las principales formas de organización dentro de la Economía Social. (Gobierno de México, s.f)

El cooperativismo tiene como objetivo que las personas trabajen juntas para resolver problemas como el desempleo y la pobreza, y fomenta la participación de todos en las

decisiones. Además, ofrece una forma más equitativa y humana de organizar la economía, priorizando el bienestar común y no el beneficio individual.

En el norte de Inglaterra, los tejedores de las fábricas de algodón enfrentaban condiciones laborales difíciles y bajos salarios, lo que les impedía pagar los altos precios de los alimentos y productos básicos. Es por esto que decidieron unir sus recursos y colaborar para acceder a estos bienes a precios más accesibles. En 1844, un grupo de 28 artesanos de la localidad de Rochdale adoptó este modelo, sentando las bases de las sociedades cooperativas modernas y dando origen al movimiento cooperativo. (Gobierno de México, s.f)

La idea de que los beneficios sean compartidos según la contribución y la posibilidad de participar equitativamente en las decisiones del negocio fortalece no solo crearon un modelo empresarial más humano, que pone en valor la cooperación y el bienestar común, y sigue siendo un ejemplo para aquellos que buscan una economía más justa y solidaria.

También está el movimiento de las comunas, influenciado por Robert Owen, precursor del cooperativismo, que buscaba aplicar el principio de "a cada uno según sus necesidades, de cada uno según su capacidad". En estas comunas, se realizaban varias actividades económicas basadas en la solidaridad. El patrimonio de la comuna era compartido y gestionado colectivamente por todos sus miembros, quienes tomaban decisiones en asambleas. Con el paso del tiempo, este modelo se ha ido expandiendo y sigue ganando terreno. (Sánchez, M.G, García, G. , Rangel, T. s.f)

Al basarse en el principio de "a cada uno según sus necesidades, de cada uno según su capacidad", como menciona Sánchez, M.G, García, G. , Rangel, T.(s.f) estas comunas promueven una distribución más equitativa de los recursos y un sentido de comunidad más profundo. El hecho de que las decisiones sean tomadas en conjunto afirma la idea de democracia directa y participación de todos los miembros.

La economía social es una alternativa fundamental para lograr un desarrollo más equitativo y sostenible. Al priorizar el bienestar colectivo en lugar de ganancias, este modelo permite generar empleos dignos, fortalecer la participación comunitaria y reducir la desigualdad económica.

Como se puede observar, en un contexto donde las diferencias sociales siguen creciendo, la economía social ofrece herramientas para impulsar un cambio estructurado que beneficie a los sectores más vulnerables. Su implementación y fortalecimiento pueden contribuir a construir una sociedad más justa, donde el crecimiento económico vaya de la mano con la inclusión, la solidaridad y el respeto por los derechos laborales.

### **Descripción del problema.**

Las afectaciones al medio ambiente y la contaminación son temas que han estado en alza, los últimos años y los datos no dejan saber que la industria textil y de moda es una de las más contaminantes y amenazante para los recursos naturales dentro de todas sus fases: producción, tratamientos, procesos de entintado y acabados.

El proceso de producción de moda representa el 10% de las emisiones globales de dióxido de carbono, un aproximado de a las que emite toda la unión europea. La industria acaba con los mantos acuíferos además de contaminar ríos y canales durante el proceso húmedo textil, que incluye el tinte, el lavado, la impresión y el acabado de tejidos, conlleva el vertido de grandes cantidades de aguas residuales que contienen sustancias tóxicas, siendo esta industria los responsables directos de aproximadamente el 20 % de la generación de aguas residuales en el mundo. (Aneiros, 2024).

A medida que los consumidores de todo el mundo han demostrado comprar más ropa con el paso de los años, el creciente mercado de la moda rápida, nuevas tendencias y artículos baratos va tomando más fuerza y está teniendo un impacto negativo en el medioambiente. En promedio, en 2014 las personas compraron un 60% más de prendas que en el año 2000. Además de esto el 85% de los textiles termina en vertederos, generando aproximadamente 92 millones de toneladas de desechos textiles al año y

consumiendo enormes cantidades de recursos naturales, como agua y energía. (Hanbury, M. 2019)

El ciclo de consumo de la moda es tan acelerado que apenas notamos cómo nuestra demanda de ropa alimenta una industria altamente contaminante. La producción textil requiere enormes cantidades de agua y energía, y la mayoría de las prendas están hechas de materiales sintéticos que tardan décadas en descomponerse. Además, los tintes y productos químicos utilizados en la fabricación contaminan ríos y mares, afectando ecosistemas enteros. Sin embargo, al estar desconectados del proceso de producción y eliminación de nuestras prendas, rara vez reflexionamos sobre estos impactos.

El problema se agrava con la cultura de la inmediatez, donde la ropa se compra por impulso y se desecha con la misma rapidez; Además de esto la moda rápida representa un problema social grave, en temas laborales la industria de la moda rápida representa un problema significativo, incluyendo salarios bajos, pagos retrasados y condiciones de trabajo desfavorables, así como el trato a las empleadas mujeres, ya que el 80 % de la fuerza laboral en la industria de la moda rápida está compuesta por mujeres jóvenes de entre 18 y 24 años. El acoso sexual es una de las principales preocupaciones en las áreas de manufactura (Reichart & Drew, 2019)

Por otro lado, un informe del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos (2018) encontró evidencia de trabajo forzado e infantil en la industria de la moda en países como Argentina, Bangladés, Brasil, China, India, Indonesia, Filipinas, Turquía y Vietnam, entre otros, siendo este un ejemplo más de que la producción acelerada prioriza las ventas y las ganancias por encima del bienestar humano. Según el documental *The True Cost* (2015), una de cada seis personas en el mundo trabaja en alguna parte de la industria global de la moda, lo que la convierte en la industria más dependiente de la mano de obra.

## **Estado Actual de la Economía Social en México.**

La economía social enfrenta graves desafíos relacionados con la explotación laboral, las injusticias en el ámbito del trabajo y la inestabilidad de las condiciones laborales. A pesar de los esfuerzos del gobierno y algunas iniciativas sociales, muchas personas continúan siendo víctimas de salarios bajos, jornadas excesivas y la falta de acceso a derechos laborales básicos. Esta situación es especialmente crítica, en donde los trabajadores enfrentan condiciones de empleo informales y sin protección. La falta de regulación efectiva, el acceso limitado a financiamiento y las políticas públicas que no garantizan la equidad laboral agravan esta problemática. A continuación, se presentarán datos y testimonios que evidencian estas injusticias en México:

La economía social enfrenta desafíos graves, como explotación laboral, bajos salarios y falta de derechos laborales. A pesar de iniciativas gubernamentales, muchas personas siguen en condiciones precarias, especialmente en empleos informales y sin protección. La falta de regulación y financiamiento agravan la situación.

El informe de CONEVAL (2022) muestra que la pobreza en México aumentó entre 2018 y 2020, pasando del 57.7% al 56.8% (INEGI, 2022). Aunque el incremento no fue drástico en algunas áreas, la desigualdad persiste, y muchas personas recurren a maquilas y talleres textiles con condiciones laborales desfavorables.

El desempleo sigue siendo un problema crítico. Muchas personas no tienen acceso a trabajos bien remunerados, lo que contribuye a la pobreza y desigualdad (UNAM, 2011). La riqueza está distribuida de forma desigual: el 50% más pobre posee solo el 5% de la riqueza, mientras que el grupo más rico concentra hasta el 90% (Carrasco, J., Ibarvo, V., Cardona, L., s.f).

En la industria textil, los trabajadores generan riqueza sin recibir una retribución justa, enfrentando largas jornadas y sueldos bajos. La falta de empleo formal obliga a muchos a aceptar trabajos en condiciones de explotación, sin contratos ni seguridad social, especialmente en talleres clandestinos.

## **Justificación.**

El desarrollo de modelos ultrarrápidos de producción representa una amenaza significativa para la sostenibilidad global y pone en evidencia la necesidad de replantear el sistema de producción, desecho y consumo de moda. Como lo menciona Greenpeace en su informe titulado "Trapos sucios" (2011), es muy difícil combatir la raíz del problema y sin cambios estructurales y regulaciones más estrictas, la industria de la moda seguirá siendo una de las principales responsables del deterioro ambiental y social a nivel mundial.

Como evidenciamos anteriormente el modelo de negocio de la moda rápida se caracteriza por la producción masiva de prendas, la velocidad con la que estas llegan al mercado y su considerable impacto ambiental y social. Algunos aspectos de la vida moderna son ampliamente conocidos por causar daños ambientales, como utilizar demasiado el automóvil, usar productos de plástico desechables e incluso el uso excesivo de agua. Sin embargo, cuando se trata de nuestra ropa, los impactos visibles en nuestro día a día son menos evidentes o no se han normalizado en la corriente colectiva de conciencia ambiental.

Comprar ropa nueva cada mes se ha convertido en una práctica común, impulsada por la moda rápida y la constante renovación de tendencias, pero no nos detenemos a pensar en lo que implica este hábito, la cantidad de recursos naturales utilizados para fabricar cada prenda, la contaminación generada en el proceso de producción y el impacto de los residuos textiles cuando desechamos la ropa tras pocos usos o por consumir productos de baja calidad.

Bajo esta premisa, el upcycling y reuso de materiales, se enmarca en un modelo que reemplaza la lógica de usar y desechar, por un sistema basado en la reutilización, reparación y revalorización de estos productos descartados, lo que significa extender el ciclo de vida de las prendas, reduciendo la dependencia de materias primas vírgenes y disminuyendo la generación de residuos.

Si bien es difícil que esta práctica llegue a impactar globalmente en la problemática ambiental a la que nos enfrentamos, el propósito de este trabajo no es erradicar el consumo de moda e indumentaria, sino proponer una alternativa a los circuitos de producción y consumo como los conocemos habitualmente, a través de un modelo de negocios y producción que busca modificar las conductas de los consumidores y sus estilos de vida en cuanto a la moda rápida.

Además de tener la finalidad de conseguir una mejor calidad en los productos, un factor que consideramos clave del upcycling, es aumentar el valor percibido en las prendas. Las posibilidades de personalización o customización de las prendas es ilimitada, esto a través de técnicas textiles tales como el patchwork, el teñido, la pintura textil y el bordado, pero también la deconstrucción, donde las prendas son desarmadas parcial o totalmente para crear nuevas piezas dando paso a la experimentación. (Vinlove, 2021). En este escenario, como diseñadores, utilizamos las distintas herramientas del Diseño para transformar un modelo establecido que no tiene por qué ser el que dirige todos los mercados, empezando por un mercado local, podemos ser un agente de cambio.

En el marco de la agenda institucional de la Universidad Iberoamericana Puebla (2020), el cuidado del medio ambiente y la implementación de la economía social son dos puntos claves para seguir avanzando a una sociedad justa y sostenible. La economía debe resignificar su crecimiento en toda la cadena de valor (producción, comercialización, consumo y ahorro) y procurar la calidad de vida de los grupos sociales, esto incluyendo el acceso a un medio ambiente sano reconociendo su valor como un derecho humano, esto siendo posible al encaminarnos hacia un modelo económico que reivindique el trabajo y dinamice los mercados regionales generando beneficios colectivos debemos consolidar la economía social.

### **Pregunta de investigación.**

¿Es posible acercar a la gente de la segunda edad, entre 18-30 años a la sustentabilidad a través de prendas upcycling por medio de una economía circular?

## **Objetivo general.**

Desarrollar una colección de moda upcycling dirigida a jóvenes de 18 a 30 años, utilizando la recuperación de materiales dentro de un modelo de economía circular.

## **Objetivos específicos.**

- Aplicar técnicas innovadoras de upcycling en prendas textiles, integrando creatividad y funcionalidad para optimizar el aprovechamiento de materiales.
- Establecer los principios de la economía circular aplicables al diseño y producción de prendas upcycling.
- Desarrollar estrategias de patronaje adaptadas a la disponibilidad de materiales y alineadas con los principios del zero waste, minimizando el desperdicio en el proceso de confección.
- Incorporar el proceso de diseño como un elemento diferenciador en los productos, que aumente el valor percibido y genere un impacto en el consumidor.
- Proponer un modelo de cooperativa textil que garantice condiciones laborales justas, fomentando la equidad y reduciendo la explotación laboral.

## **Casos análogos.**

A continuación, se explorarán casos análogos de sostenibilidad en la industria de la moda, centrados en el upcycling y la economía circular. Estos ejemplos destacan cómo diversas marcas han implementado estrategias innovadoras para reducir el impacto ambiental de sus productos y fomentar un consumo más responsable. A través de iniciativas como el reciclaje de materiales y la reutilización de prendas, estas marcas no solo contribuyen a la preservación del medio ambiente, sino que también transforman la forma en que entendemos la moda, orientándose hacia un modelo más circular y sostenible.

## **Weekday.**

Weekday, parte del Grupo H&M, es una marca de moda enfocada en la creatividad. En 2023, logró que el 40% de su producción de jeans cumpliera con The Jeans Redesign, mejorando durabilidad y diseño circular. Aumentó pruebas de resistencia para garantizar que sus productos soportaran hasta 30 lavados. También optimizó la solidez del color y los procesos de lavado para mayor durabilidad. Actualmente, aplica este método a otras prendas de mezclilla y, desde 2022, exige que toda su producción de jeans incluya al menos un 20% de material reciclado o renovable. La marca busca eliminar residuos desde el diseño y fomentar el uso de insumos seguros y sostenibles. (Ellen Macarthur Foundation, 2023)



Figura 1 Mezclilla (Ellen Macarthur Foundation, 2023)

El caso de Weekday demuestra que es posible transformar los procesos de producción para minimizar residuos y extender el ciclo de vida de las prendas, sin comprometer la calidad ni el diseño. Esta transición hacia una economía circular implica un cambio profundo en la manera en que planeamos la moda: desde la elección de materiales hasta el final de su uso. No se trata solo de reciclar, sino de diseñar con la reutilización en mente desde el inicio.

## The R Collective.

The R Collective es una empresa de impacto social con sede en Londres y Hong Kong, fundada en 2017 con el propósito de eliminar los desechos de la industria de la moda. Su enfoque se basa en rescatar, reutilizar y reciclar materiales desechados para transformarlos en productos y prendas responsables y sostenibles. Buscan reducir el desperdicio y la contaminación en la industria, trabajando en conjunto con la organización Redress. Colabora con destacadas marcas y fabricantes de moda para reducir el desperdicio textil. Su labor se centra en la reutilización y el reciclaje de tejidos de lujo, evitando que estos materiales sean desechados. (The R Collective, 2017)

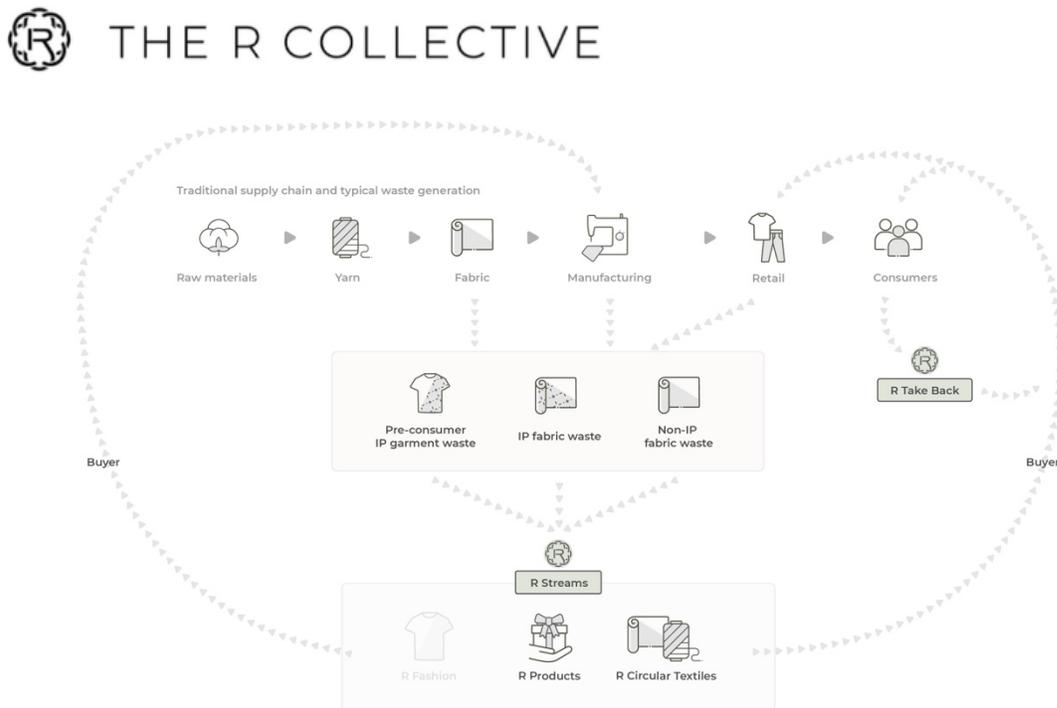


Figura 2. Economía circular (The R Collective, 2017)

Es fundamental que iniciativas como The R Collective sigan creciendo y expandiéndose. La crisis de desechos textiles es un problema global que requiere soluciones urgentes y transformadoras. Al adoptar modelos de negocio circulares y fomentar la conciencia sobre el consumo responsable, se puede construir una industria de la moda más sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

Es importante que los consumidores tomen conciencia del impacto ambiental y usen marcas que prioricen la sostenibilidad y la responsabilidad social. Al apoyar iniciativas como The R Collective, se contribuye a la construcción de un futuro más verde y se fomenta un cambio positivo en la industria de la moda.

### **Levi's.**

Levi's ha implementó *Levi's SecondHand*, un sistema en donde los clientes pueden comprar prendas de segunda mano a través de su página web. Además, ofrece la opción de entregar ropa usada en las tiendas Levi's a cambio de una tarjeta regalo para futuras compras. Este programa es parte de diferentes iniciativas de Levi's con el propósito de fomentar la circularidad de sus productos, tanto nuevos como usados, con el objetivo de reducir su impacto ambiental. (Pinker, 2020)

En julio 2024, la marca lanzó unos jeans sostenibles en colaboración con Re:newcell, una empresa tecnológica sueca especializada en reciclaje textil. Estos jeans están compuestos por un 60% de algodón orgánico y Circulose, un material creado por Re:newcell que incluye un 20% de denim reciclado y un 20% de viscosa de origen sostenible. (Pinker, 2020)



Figura 3. Ropa de segunda mano (Pinker, 2020)

Esta iniciativa muestra cómo la moda puede ser más sostenible a través de la economía circular. Al promover el reciclaje y el upcycling, Levi's reduce su impacto ambiental y fomenta un consumo más responsable. Sin embargo, este cambio también depende del compromiso de los consumidores, quienes pueden contribuir adoptando prácticas conscientes y apoyando marcas que prioricen la sostenibilidad. Es importante que los consumidores también quieran hacer un cambio, adoptando prácticas más conscientes y apoyando modelos de negocio que prioricen la sostenibilidad.

### **Sentimiento.**

Una marca mexicana de ropa que, a través de su propia visión, transforma prendas preexistentes, convirtiéndolas en nuevas piezas, dándoles un nuevo propósito, pero lo más importante, un nuevo significado, demostrando que la ropa puede tener un millón de vidas (Sentimiento, 2024). La marca apuesta por reinterpretar siluetas a través de prendas de segunda mano y darle a la juventud una manera de expresar su estilo a través de la sustentabilidad.



Figura 4. Vestido de sábanas (\_\_sentimiento, 2022)



Figura 5. Falda denim deconstruida (\_\_sentimiento, 2022)



Figura 6. Vestido de playeras deportivas (\_\_\_sentimiento, 2022)

Es interesante como caso análogo ya que, al ser una marca mexicana, se conecta con un mercado local que valora no solo la estética sino también la cultura y la identidad, dando paso a que el upcycling, en este contexto, sea utilizado como una forma de rescatar y revalorar materiales que se asocian con la tradición, mientras se les da una nueva vida en un contexto de moda contemporánea.

A nuestro parecer el enfoque de esta marca se posiciona como un proyecto que no solo crea ropa, sino que también busca generar conciencia social y ambiental. A través de su enfoque de upcycling, la marca redefine el concepto de moda, ofreciendo productos con un propósito que va más allá de lo estético y este enfoque resuena particularmente con consumidores jóvenes, conscientes y comprometidos con el medio ambiente algo que buscamos lograr con esta investigación, además de aportar un elemento de autenticidad y orgullo cultural al rescatar materiales tradicionales y darles una nueva vida. Crear una colección que tenga el potencial de influir positivamente en la industria local y global, haciendo de la sostenibilidad no solo una tendencia, sino una filosofía central.

## Cruda.

Cruda es una marca de diseño de calzado originalmente creada en Costa Rica que actualmente labora en México, la marca recupera técnicas tradicionales de zapatería artesanal, y elabora sus diseños partiendo del concepto Upcycling, el proceso comienza con los insumos disponibles en el momento de conceptualizar y casi el 100% de los materiales para la fabricación y empaque de los zapatos es materia prima reutilizada, prendas de cuero de segunda mano cuidadosamente seleccionadas y curadas (en su mayoría provenientes de la industria automotriz), madera de antiguas casas demolidas y muebles desechados, abrigos de pelo de segunda mano y denim son algunos de ellos. Todo esto se recupera y se transforma para dar vida a un objeto único e irrepetible y su acabado final revela el trabajo manual de los colaboradores. (Cruda Shoes, 2024)



Figura 7. Bolsa de hule de llanta (Cruda\_cruda, 2023)



Figura 8. Proceso de recuperación de materiales (Cruda\_cruda, 2023)



Figura 9. Modelos de zapato en stock (Cruda\_cruda, 2024)

El diseño de los zapatos Cruda refleja una mezcla de minimalismo y funcionalidad. Lo que podemos señalar y rescatar de esta marca es su estética limpia y moderna que se aleja de las tendencias fugaces, ofreciendo productos atemporales que se pueden integrar en diversos estilos. Además, el uso de materiales naturales y la atención al detalle en la fabricación y el proceso completamente artesanal garantiza que cada par de zapatos sea único, manteniendo un nivel de producción sustentable que da paso a un proceso de diseño y trabajo justo para todos sus colaboradores, Esta mezcla de simplicidad y sofisticación en el diseño es atractiva para consumidores conscientes, que valoran no solo la moda, sino también la longevidad y la calidad.

El análisis de estos casos análogos nos demuestra el potencial de la moda sostenible basada en el upcycling y la economía circular, pero también evidencian los retos que implica este modelo, nos revelan diferentes estrategias implementadas en la industria de la moda: mientras algunos de estos han logrado integrar la sostenibilidad y su enfoque en la circularidad es notable en una producción masiva mediante el reciclaje de materiales y la durabilidad de sus prendas, aún se enfrentan a la contradicción de ser una marca de gran escala, dado que la producción todavía genera residuos y es más difícil garantizar la transparencia en todos sus procesos.

El éxito en estos depende del compromiso de los consumidores y de mantener el equilibrio entre sostenibilidad y volumen de producción, basado en esto es importante mencionar que el papel de consumidor sigue siendo una pieza clave dentro de este proceso, la resistencia de los consumidores a cambiar sus hábitos y la dificultad de garantizar la circularidad completa en toda la cadena de producción siguen siendo desafíos clave que las marcas enfrentan.

Por otro lado las marcas locales más pequeñas nos brindan otra perspectiva, que es la posibilidad de enfocarnos en la autenticidad que permite conectar profundamente con el consumidor consciente, a pesar de que la producción en grandes cantidades se limita, ya que depende de la producción artesanal y materiales reciclados que no siempre están fácilmente disponibles, su impacto social y ambiental es valioso, ya que promueve un consumo responsable en la juventud y una moda que va más allá de lo estético, reflejando un enfoque ético y artesanal.

### **Métodos de campo.**

En este apartado se presenta el proceso de recopilación y análisis de información utilizado para examinar el impacto del upcycling y de la economía social en la moda. A través de la exploración de distintas perspectivas de profesionales y conocedores del tema. El propósito es identificar las prácticas, desafíos y oportunidades en la reutilización de materiales y su integración en modelos económicos sostenibles.

El estudio tiene como propósito analizar experiencias, percepciones y dinámicas dentro del sector, para poder obtener un panorama amplio sobre su funcionamiento y potencial. La información obtenida servirá como base para la formulación de estrategias que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo del upcycling en la moda en el contexto de la economía social.

Para este estudio, se emplearon enfoques cualitativos y cuantitativos con el objetivo de obtener información más completa del impacto del upcycling y la economía social. Se implementó el método cualitativo que permitió explorar en profundidad experiencias, percepciones y significados asociados al upcycling y economía social con actores clave del sector.

Por otro lado, el método cuantitativo se utilizó para recopilar datos que se pudieran medir, proporcionando información estructurada sobre tendencias, nivel de conocimiento e interés en el upcycling. Este enfoque permitió identificar procesos y hacer comparaciones objetivas.

La combinación de ambos métodos permitió contrastar información y obtener un análisis integral, abordando tanto los aspectos subjetivos como los datos concretos que influyen en el desarrollo del upcycling y la economía social.

Para tener una visión integral de los temas a tratar se emplearon dos técnicas de campo: entrevistas y encuestas, dirigidas a tres grupos clave: usuarios, profesionales y con experiencia en el tema.

Se realizaron entrevistas a profesionales y conocedores del tema debido a que poseen un conocimiento profundo y especializado sobre las prácticas de recuperación de materiales y su integración en modelos económicos sostenibles. Las entrevistas permitieron obtener información detallada sobre sus experiencias, retos y estrategias, lo que proporcionó información rica y cualitativa del sector.

Por otro lado, las encuestas se aplicaron para obtener datos más estructurados y cuantificables. La encuesta permitió medir el nivel de conocimiento, interés y disposición del público hacia los productos reciclados y la economía social, proporcionando una

visión general de las tendencias y patrones de consumo. Este enfoque cuantitativo ayudó a medir la aceptación del upcycling y este modelo de economía en el mercado.

### **Entrevista Valentina Suárez, directora Universo Mola.**

Universo MOLA es un programa de la Fundación Entre Soles y Lunas que promueve la sostenibilidad y regeneración en la cadena de valor de la moda latinoamericana. Su objetivo es visibilizar a aquellos que transitan hacia una industria más justa, equitativa y orgullosa de la identidad regional, utilizando la educación y la comunicación como herramientas principales (Fundación Entre Soles y Lunas, 2025). Consideramos que la información que Valentina nos brindó es esencial para el desarrollo de nuestra colección, nos brindan una perspectiva más clara sobre las oportunidades y retos que enfrentaremos, además de permitirnos analizar estrategias de como comunicar correctamente el proyecto al consumidor, que fue algo en lo que Valentina hizo mucho énfasis.

Uno de los puntos centrales de la entrevista fue el impacto ambiental y social que genera la industria de la moda en toda su cadena de producción. Se destacó cómo el uso masivo de materiales sintéticos y la sobreproducción contribuyen a la contaminación del agua, la emisión de gases de efecto invernadero y la acumulación de residuos textiles. Además, se abordó la problemática de la explotación laboral en fábricas, donde los trabajadores suelen enfrentarse a bajos salarios y condiciones precarias. Este análisis refuerza la importancia del upcycling como una alternativa sostenible para reducir el desperdicio y fomentar una producción más ética.

Desde la perspectiva de Universo Mola, nos resultó fundamental indagar sobre el interés del consumidor hacia la moda sustentable y los desafíos en su comunicación. Valentina menciona que una de las principales dificultades es cómo transmitir el valor de la moda sostenible sin perder su atractivo frente a la moda tradicional, que suele ser percibida como aspiracional. Para cerrar esta brecha, es necesario utilizar estrategias que resalten la exclusividad, la innovación y el impacto positivo del upcycling, logrando que los consumidores asocien la sustentabilidad con diseño, calidad y un estilo deseado.

En la conversación sobre los métodos de comunicación más efectivos para transmitir un mensaje sustentable en la moda, el punto de vista de Valentina nos resultó interesante, destacó la necesidad de llegar a medios masivos con una narrativa distinta a la del estereotipo ecológico convencional. Además, enfatizó que la responsabilidad de comunicar un mensaje adecuado no recae en un solo agente dentro de la marca, sino tanto en diseñadores, como productores, estilistas, etc. Es crucial definir claramente el público objetivo para lograr una comunicación efectiva.

La fórmula para una comunicación de marca efectiva: La unión entre la propuesta de valor (diferenciación), la historia y el diseño.

Finalmente, rescatamos de esta entrevista que, más allá del proceso de diseño, la recuperación de materiales y la gestión de desperdicios, la viabilidad del proyecto radica en un modelo de negocios sólido y en la innovación. La clave está en estructurar un sistema eficiente de manejo de stock para evitar acumulaciones innecesarias y optimizar recursos. Además, la concientización del consumidor juega un papel esencial, ya que educar sobre el valor del upcycling y su impacto positivo puede impulsar la demanda y consolidar la moda sustentable como una alternativa viable y deseada en el mercado.

### **Entrevista Mariana Pérez Parada.**

En esta entrevista Mariana menciona cómo su interés por la reutilización de materiales comenzó durante sus estudios en diseño textil y se consolidó en su maestría en moda. Destaca que, a pesar del auge de la sostenibilidad en la industria, muchas marcas aún no adoptan prácticas realmente éticas o transparentes. Esto nos hace reflexionar sobre la importancia de diseñar una colección que sea genuinamente sustentable y no solo una estrategia de marketing.

Un aspecto clave para el éxito del proyecto es definir claramente el enfoque del upcycling y hacia donde lo queremos llevar, no basta con reparar prendas; es fundamental transformar los materiales de manera estratégica, desmontándolos completamente para conocer su estructura y diseñar con mayor eficiencia. Además, contar una historia detrás de cada prenda no solo le añade valor, sino que también permite conectar emocionalmente con los consumidores. En cuanto a este tema,

Mariana destaca que los jóvenes buscan exclusividad y valoran el diseño personalizado, por lo que, para lograr llegar a nuestro consumidor, es necesario diferenciar el upcycling de la ropa de segunda mano, destacando que cada prenda es única y ha pasado por un proceso de transformación. La transparencia en la producción, mostrando el antes y después de las prendas, genera confianza y refuerza el valor de la marca, permitiendo que los clientes comprendan el impacto ambiental positivo del proyecto.

La comunicación y el branding son fundamentales. Una marca basada en upcycling debe establecer su identidad desde el inicio para no depender de justificar su modelo en cada colección. Documentar el proceso con fotografías es útil tanto para la difusión como para la planificación de futuras colecciones, mostrando la evolución de las prendas y el esfuerzo detrás de su creación permite reforzar la propuesta de valor y hacer que los consumidores se identifiquen con la marca.

En cuanto a los procesos de diseños y la selección de materiales, nos aconseja evaluar dos enfoques: por un lado, la creación de piezas completamente únicas, similar a la alta costura, y por otro la reutilización de lotes de prendas con modificaciones estandarizadas, lo cual nos dio una visión de hacia dónde queremos dirigir esta colección y las posibilidades en cuanto a él volumen de producción. Analizar los materiales antes de intervenirlos es esencial para evitar errores en la confección y minimizar desperdicios. También se recomienda aprovechar partes enteras de las prendas sin necesidad de cortarlas, modificando su estructura o función para optimizar recursos.

El proceso de producción presenta retos importantes. La moda upcycling es más costosa que la moda convencional debido a la intervención manual y los detalles personalizados. Además, encontrar maquilas que trabajen con este modelo puede ser difícil, ya que muchas priorizan la rapidez y costos bajos. Es crucial garantizar condiciones justas para los trabajadores y utilizar un patronaje flexible, ya que las telas reutilizadas no siempre permiten un corte tradicional.

La información proporcionada en esta entrevista nos dio una reflexión clave, el éxito del proyecto depende de la planificación en la selección de materiales, la optimización de

procesos de producción y una estrategia de comunicación efectiva. Ofrecer piezas únicas con un enfoque sostenible y creativo permitirá que la colección tenga un impacto positivo en la industria de la moda y en la percepción del consumidor, fomentando una alternativa más consciente y responsable en el mercado, además, nos motiva a ser congruentes con nuestros valores de sostenibilidad, asegurando que nuestras prácticas sean éticas tanto en el uso de materiales como en el trato a los trabajadores. Al aplicar estos aprendizajes, podremos desarrollar una propuesta innovadora y con un impacto positivo en la industria de la moda.

### **Entrevista Mariana Reyes Gamez (Vinculación y relación con grupos de economía social).**

Se destacó la importancia de la vinculación entre empresas y contactos para fortalecer la economía social. Trabajar en conjunto no solo beneficia a los emprendimientos, sino que también mejora la calidad de vida de las personas, ya que crea comunidades más unidas y con mayores oportunidades. Esta colaboración no solo es fundamental para el crecimiento de los negocios, sino que también tiene un impacto directo en el bienestar de las personas que forman parte de ellas.

Para poder trabajar eficazmente en una economía social, es esencial que exista una base de confianza mutua, lo que hace más fácil la cooperación y asegura que todos los involucrados se sientan protegidos en el proceso. En este contexto, el **trabajo en red** es indispensable, ya que permite que las ideas y los recursos fluyan de manera más efectiva, y todos contribuyan al éxito común. Sin embargo, también un desafío es saber cómo beneficiar a todos los involucrados. Este modelo de economía requiere encontrar un equilibrio en el que todas las partes tengan acceso a los beneficios y no se queden atrás, por lo cual debe ser inclusivo y debe tener estrategias bien pensadas.

Se destaca la importancia de la educación desde la infancia. Para que la economía social sea sostenible a largo plazo, es esencial enseñar este modelo desde temprana edad, para que las futuras generaciones comprendan su valor y estén preparadas para usarlo en su vida diaria y profesional. También menciona la importancia de los productos locales y la sostenibilidad, el cual, fue otro aspecto fundamental de la entrevista. Los productos

locales no solo impulsan la economía regional, sino que también fomentan la sostenibilidad, ya que reducen el impacto ambiental relacionado con la producción y transporte de bienes. Este enfoque tiene un beneficio directo para el medio ambiente, al promover prácticas más responsables tanto con el medio ambiente como con las personas.

Este modelo económico nos hace valiosos por lo que somos y no por lo que tenemos. Al poner la atención en las relaciones humanas, el trabajo colectivo y la sostenibilidad, se crea un sistema que valora el esfuerzo, la creatividad y el bienestar de la comunidad en lugar de la acumulación de bienes materiales. Esto, según la entrevista, es la esencia de la economía social, que no solo tiene un impacto positivo en el presente, sino que también contribuye a un futuro más justo y equitativo para todos.

Se puede observar que los resultados de la entrevista reflejan el papel crucial que juegan las conexiones y contactos dentro de la economía social. La unión entre empresas y contactos no solo fortalece los emprendimientos, sino que también contribuye significativamente al bienestar de las personas al fomentar comunidades más unidas y con mayores oportunidades. Este enfoque resalta la relevancia de la cooperación, no solo en términos económicos, sino también en su impacto directo sobre la calidad de vida.

La importancia que se le da a la creación de un equilibrio inclusivo, en el que todas las partes puedan acceder a los beneficios, refleja una perspectiva complicada sobre los desafíos de este modelo económico, destacando la necesidad de estrategias. Además, la incorporación de la educación desde la infancia como un medio para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la economía social es un punto clave. Enseñar estos valores desde temprana edad no solo prepara a las nuevas generaciones para aplicar estos principios en su vida diaria, sino que también garantiza la continuidad y expansión de este modelo.

El concepto de que el valor de las personas radica en lo que son, y no en lo que tienen, demuestra la esencia de la economía social. Al poner énfasis en las relaciones humanas,

la creatividad colectiva y la sostenibilidad, este modelo económico se presenta como un camino más equitativo y justo, donde el bienestar comunitario prevalece.

### **Entrevista Guille Coronado (Organización y gestión en economía social).**

Se habló sobre la importancia de la educación sobre el modelo económico social, considerando que es fundamental para transformar las estructuras económicas y sociales hacia un modelo más justo y equitativo. La formación sobre este modelo debe ser una prioridad en las instituciones educativas, ya que los jóvenes son quienes tomarán la iniciativa de implementar estos principios en el futuro.

Uno de los aspectos más importantes es gestionar la equidad e igualdad, asegurando que todas las personas tengan acceso a las mismas oportunidades dentro del sistema económico social. Este enfoque no solo se refiere a los grupos vulnerables, sino que debe ser inclusivo de todas las secciones de la sociedad, buscando una distribución más equitativa de los recursos y beneficios. Además, se mencionó que el trabajo digno es esencial en este modelo, ya que un empleo que garantice condiciones laborales justas y remuneración adecuada es la base para el desarrollo social y económico sostenible.

Se mencionó que las empresas capitalistas deben adoptar los valores de la economía social. Aunque las empresas capitalistas se han enfocado en la maximización de beneficios a corto plazo, se considera que es posible integrar los principios de la economía social. Esto implicaría adoptar una visión más holística, que valore no solo la rentabilidad, sino también el impacto social y ambiental de sus actividades, promoviendo la cooperación, la sostenibilidad y el bien común.

Finalmente, se destacó que los valores de la economía social, como el cambio, la diferencia, la cooperación y el respeto por el bienestar común, son esenciales para el éxito de este modelo. Las empresas deben ser rentables, pero al mismo tiempo, deben incorporar estos valores en su día a día, demostrando que el beneficio social. Este enfoque no solo representa un cambio en la forma de hacer negocios, sino una transformación en la manera de entender el papel de las empresas en la sociedad.

La entrevista demuestra la relevancia de la educación sobre el modelo económico social como una herramienta fundamental para transformar las estructuras económicas y sociales. Lo cual garantizaría que las nuevas generaciones estén mejor preparadas para promover un cambio hacia un sistema más justo y equitativo.

Se menciona que gestionar la equidad e igualdad dentro del sistema económico social es esencial, no solo para los grupos vulnerables, sino para todas las secciones de la sociedad. Esta inclusión busca una distribución más equitativa de los recursos y beneficios, algo esencial para la sostenibilidad social y económica. También se recalca la importancia del trabajo digno, cuyo respeto por las condiciones laborales justas y una remuneración adecuada son fundamentales para el progreso social.

Otro punto clave que se menciona es la posibilidad de que las empresas capitalistas adopten los valores de la economía social. Aunque tradicionalmente enfocadas en la maximización de beneficios, las empresas pueden integrar principios como la cooperación, la sostenibilidad y el bien común, lo que les permitiría tener un impacto positivo tanto en lo económico como en lo social y ambiental.

Finalmente, los valores de la economía social, como el cambio, la cooperación y el bienestar común, son esenciales para el éxito de este modelo. Si bien la rentabilidad sigue siendo importante, las empresas deben demostrar que pueden ser económicamente exitosas sin sacrificar su responsabilidad social. Esto representa una transformación en la manera de entender el papel de las empresas dentro de la sociedad, promoviendo una economía que priorice el bienestar colectivo por encima de los beneficios individuales.

### **Entrevista Selene Agustín de Granja la tierra.**

La entrevista realizada a Selene nos permitió conocer a fondo la vida de una persona que ha decidido alejarse de la hegemonía y del capitalismo tradicional para llevar un estilo de vida más sustentable y consciente. A través de su testimonio, hace notar la importancia de generar un cambio real en la sociedad, basado en la responsabilidad individual y no en tendencias pasajeras.

Desde hace varios años, Selene vive en una casa que ella misma construyó, utilizando materiales reciclados y técnicas ecológicas. Su hogar es un reflejo de su filosofía de vida, donde cada detalle está pensado para minimizar el impacto ambiental. En su día a día, busca reducir al máximo la generación de residuos, reciclando y reutilizando todo lo posible. Su alimentación es autogestionada por un campo comestible, cultivando sus propios alimentos y evitando productos industrializados.

Uno de los puntos clave que resaltó en la conversación fue su manera de vestir. En lugar de comprar ropa nueva, opta por prendas de segunda mano, dándoles una nueva vida y evitando contribuir a la industria de la moda rápida, conocida por sus efectos negativos en el medio ambiente y en las condiciones laborales de los trabajadores textiles.

Enfaticó que vivir de esta manera no es una moda ni una tendencia, sino un compromiso profundo con la Tierra. Para ella, la conciencia ambiental no debe ser un acto superficial, sino una práctica constante que se integre en la vida cotidiana. Considera fundamental que la gente no adopte estas prácticas solo por seguir una corriente, sino que realmente comprendan su impacto y tomen la iniciativa desde un sentido de responsabilidad genuina.

Asimismo, busca que reflexionemos sobre nuestras acciones diarias y la manera en que consumimos. Pequeñas decisiones, como reducir el uso de plásticos, comprar de manera local, reparar en lugar de desechar y ser más conscientes de nuestros hábitos, pueden generar un verdadero cambio. No se trata de renunciar por completo a la comodidad, sino de encontrar un equilibrio que nos permita vivir de manera más armoniosa con el planeta.

Más allá de la admiración por un estilo de vida autosuficiente y ecológico, debemos reconocer que la verdadera transformación ocurre cuando las personas dejan de ver la sostenibilidad como una moda y la asumen como una responsabilidad propia. La entrevista le ha reafirmado la convicción de que el cambio empieza en lo cotidiano: en el consumo responsable, en la reducción de residuos, en la elección de materiales y en la forma en que se interactúa con el entorno.

Esto es una oportunidad para replantearse qué significa realmente actuar de manera consciente y sostenible. No se trata solo de adoptar ciertas prácticas ecológicas, sino de cuestionar el sistema que impulsa el consumo excesivo y la generación de desechos. Al final, la clave está en tomar decisiones informadas y con propósito, entendiendo que cada pequeña acción puede marcar la diferencia en la construcción de un futuro más equitativo y respetuoso con la Tierra.

A largo plazo, este tipo de cambios pueden generar un efecto fomentando una cultura de respeto por el medio ambiente y promoviendo modelos de desarrollo más justos y equilibrados. En un mundo donde el impacto del consumo masivo es cada vez más evidente, cada acción cuenta. La clave está en comprender que vivir de manera sustentable no solo es posible, sino que es una necesidad urgente para garantizar el bienestar de las generaciones futuras.

### **Encuesta de usuarios.**

A través de esta encuesta, se buscó comprender los hábitos de consumo de moda, la percepción sobre la reutilización de materiales y las motivaciones o barreras que pueden influir en la adopción de prendas recicladas por parte de los consumidores, obteniendo una muestra del 10% de una población de 200 individuos. Se buscó encuestar a personas jóvenes entre 18-30 años, en mayor grado o en parte, ajenas a la moda o la industria para recopilar información real del público al que queremos llegar y concientizar con nuestro proyecto.

Uno de los hallazgos más relevantes es que la mayoría de los encuestados compra ropa nueva con una frecuencia de entre tres y seis meses. Esto indica un ciclo de consumo relativamente rápido, lo que podría generar una acumulación de prendas en desuso. En cuanto al destino de la ropa que ya no utilizan, muchas personas optan por donarla o guardarla, aunque también se identificó un grupo que la desecha, lo que contribuye al problema ambiental del desperdicio textil.

Respecto a la posibilidad de que las marcas ofrezcan servicios de reutilización de ropa, una parte significativa de los encuestados mostró interés en la idea, aunque su aceptación estaría condicionada por factores como el costo del servicio. Esto sugiere que iniciativas de upcycling dentro de las marcas podrían tener acogida si se comunican de manera efectiva y se alinean con las expectativas económicas del consumidor, de la mano de esto, pudimos darnos cuenta de que el precio y la calidad son los factores determinantes en la elección de ropa, seguidos por el diseño y la marca, lo que implica la necesidad de ofrecer productos que no solo sean sostenibles, sino también atractivos y accesibles.

En cuanto al conocimiento del upcycling, se observó que una proporción significativa de los encuestados nunca ha escuchado el término o solo tiene una idea básica al respecto. Esto sugiere que una estrategia de comunicación y educación sería clave para fomentar la aceptación y el interés por esta práctica dentro del mercado. Esta información, de la mano de la que obtuvimos con las entrevistas realizadas, reafirma que debemos ser transparentes en nuestra forma de comunicar la marca y exponer de manera atractiva nuestros procesos como una forma de agregar valor.

El interés por comprar ropa upcycled estuvo dividido y la percepción general sobre la moda hecha con materiales reutilizados varió entre los encuestados. Mientras que algunos participantes mostraron un fuerte interés, otros fueron indiferentes o rechazaron la idea, si bien algunos pensaron que es una buena iniciativa para reducir el desperdicio textil, otros dudan de su calidad y atractivo visual. En contraste, las principales barreras identificadas fueron la preocupación por la calidad de las prendas y el temor a que los costos sean elevados.

En conclusión, los resultados de esta encuesta proporcionan información, rescatamos que, para lograr una mayor aceptación, será fundamental enfocar la propuesta en el diseño y la calidad, además de implementar estrategias de comunicación que sensibilicen al público sobre los beneficios del upcycling y el valor que se le agrega a la ropa. Asimismo, se deben considerar opciones de precios accesibles y mecanismos que

generen confianza en los consumidores respecto a la durabilidad y el atractivo de estas prendas recicladas.

### **Marco conceptual.**

En este apartado se abordarán los conceptos de upcycling, materiales reciclados, consumismo y economía social, analizando su interrelación y relevancia en el contexto actual. Se explorará cómo el upcycling contribuye a la reutilización de materiales, transformando residuos en productos de valor, y cómo los materiales reciclados pueden reducir el impacto ambiental. Además, se discutirá el consumismo como un motor de sobreexplotación de recursos y se examinará el papel de la economía social en la actualidad.

### **Moda upcycling y Recuperación de materiales.**

La industria de la moda se enfrenta a desafíos importantes en su camino hacia la sostenibilidad, con solo un pequeño porcentaje de materiales reciclados siendo utilizados en la producción de prendas. Sólo el 0,3% de los materiales utilizados en la industria de la moda proceden de fuentes recicladas, mientras que las fibras sintéticas derivadas del petróleo, como el poliéster, ganan terreno y representan ya el 70% de los materiales utilizados para confeccionar nuestra ropa (Residuos Profesional, 2024).

A pesar de esto, un cambio hacia principios circulares está ganando terreno, con innovaciones que promueven la reducción del impacto ambiental y la conservación de recursos. Este cambio se ve reflejado en marcas emergentes que adoptan el upcycling y otros enfoques sostenibles, desafiando las normas tradicionales de producción y consumo.

Sin embargo, un ecosistema en crecimiento de cambio sostenible y equitativo está dando forma al futuro de los materiales dentro del mundo de la moda emergente. es una realidad, que en cierto grado nos estamos alejando del actual sistema lineal de tomar-producir-desechar hacia una economía basada en principios circulares y están surgiendo innovaciones. (Fashion Snoops, 2022)

Desde el aprovechamiento de residuos existentes, regenerados y suprarecilados, hasta soluciones biofabricadas, es posible encontrar nuevas oportunidades para reducir el impacto ambiental, conservar recursos, minimizar costos e implementar cambios sostenibles, esto en la medida que sea posible, desde las materias primas hasta las etapas de fabricación y acabado. Es importante señalar que esto se logra desde un enfoque colaborativo entre industrias, los materiales sostenibles y su camino en el proceso de producción ofrece oportunidades sin precedentes para crear productos restaurativos y éticos en todas las áreas del diseño.

Hoy en día los grandes eventos de moda exponen este tipo de prácticas, algo que antes no sucedía con tanta frecuencia, un ejemplo de esto está el programa Copenhague fashion week NEWTALENT, en él se presentan varias marcas emergentes como la marca Bonnetje, la cual se fundamenta en los principios del UPCYCLING y reconocida por ello. Para la temporada O/I 25/26, la marca llevó el concepto de upcycling aún más lejos, utilizando materiales provenientes de artículos clásicos de oficina, como persianas lamelares y fundas plásticas para documentos. Las persianas fueron un elemento recurrente en vestidos y faldas, manteniendo intactos sus cordones de ajuste. La pasarela estuvo ambientada con el sonido incesante de un teléfono de oficina y perfumada con una fragancia creada especialmente para el desfile, evocando aromas de tinta, lápiz labial y dispositivos electrónicos en funcionamiento. (Fashion Snoops, 2025)

Para la marca, el deseo de crecer se equilibra con un firme compromiso de mantenerse fiel a sus raíces y no producir prendas solo por el hecho de producir. Su abastecimiento y producción son mayormente locales y, cuando no, se limitan a Europa, asegurando que cada pieza sea realmente única, creada a partir de una prenda vintage o de segunda mano que existe en solitario.

Creemos que este ejemplo, así como muchos otros, nos habla de cómo es una realidad, el mundo de la moda como lo conocemos, apegada al arte y la creatividad, y el reciclaje, pueden coexistir, y lo están haciendo cada vez más, la moda también es un

reflejo de la sociedad y lo que sucede a su alrededor y nuestro al rededor hay cada vez más conciencia de las consecuencias ambientales que generamos en nuestro planeta.

El desperdicio no es inevitable, y las marcas deben comenzar a optimizar sus propios flujos de residuos, no solo para combatir la pérdida de recursos, sino también para capitalizar su inversión. Los artículos dañados y las devoluciones representan pérdidas significativas en la industria de la moda, pero adoptar el arte de la reparación puede ayudar a una marca a contar una nueva historia. Una historia que resuene con la creciente comunidad de consumidores que buscan significado en sus compras.

Este solo es un ejemplo de los recursos que utilizan las marcas para involucrarse en un modelo mucho más circular dentro de sus empresas, pero como este ejemplo existen muchos otros, en nuestra opinión, la personalización, la exclusividad (hablando de ediciones limitadas y únicas), y la inclusión pueden ser factores claves para hacer llegar este modelo de producción a los consumidores de forma efectiva. Como menciona Fashion Snoops (2025) Los cuerpos cambian, al igual que el estilo y las marcas que ofrezcan prendas que se adapten al cuerpo ganarán preferencia. Desde costuras ajustables y cinturillas flexibles hasta detalles de diseño que puedan modificarse según la necesidad, debemos considerar incorporar múltiples estilos en una sola prenda.

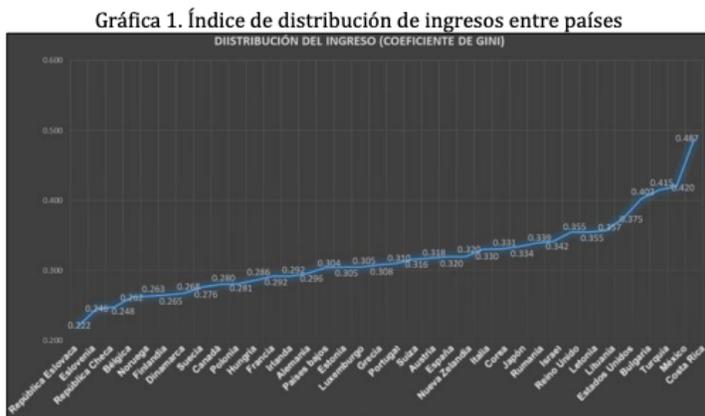
Darle opciones a los consumidores y personalidad a sus prendas generan una menor brecha entre el estilo y el público. Al hacer upcycling, no debemos quedarnos atrapados en lo que un objeto solía ser, el asa de un maletín y la rueda de una silla de oficina pueden convertirse en el tacón perfecto de un zapato si simplemente miramos más allá de las primeras impresiones.

### **Economía social.**

Carrasco, J. Ibarvo, V. Cardona, L., (s.f) Mencionan que la riqueza está distribuida de manera desigual en todas las sociedades. La mitad más pobre de la población tiene muy poco, solo alrededor del 5% de la riqueza total. En contraste, el grupo más rico tiene una gran parte, generalmente más del 60%, y a veces hasta el 90%. Entre estos dos grupos, hay un 40% de la población que tiene entre el 5% y el 35% de la riqueza.

La enorme diferencia entre los grupos más ricos y los más pobres refleja cómo los trabajadores, especialmente en sectores como la industria textil, generan gran parte de la riqueza sin recibir una retribución justa. Esto se traduce en sueldos bajos, largas jornadas y condiciones laborales precarias.

En esta gráfica, el coeficiente de Gini muestra que México sigue estando entre los países con mayor desigualdad en la distribución del ingreso en comparación con otros países. (Carrasco, J. Ibarvo, V. Cardona, L., s.f)



Fuente: Elaboración propia con datos OECD (2021)

## Pobreza

En el informe de evaluación de la política de desarrollo social 2022 del CONEVAL, se presentaron los resultados de las estimaciones de pobreza en México, comparando los datos de 2018 con los de 2020. Se observó un aumento en los índices de pobreza en 2020 en relación con 2018. La población en situación de pobreza pasó del 57.7% al 56.8%. (INEGI, 2022). (Carrasco, J. Ibarvo, V. Cardona, L., s.f)

Gráfica 3. Pobreza en México 2018 vs 2020



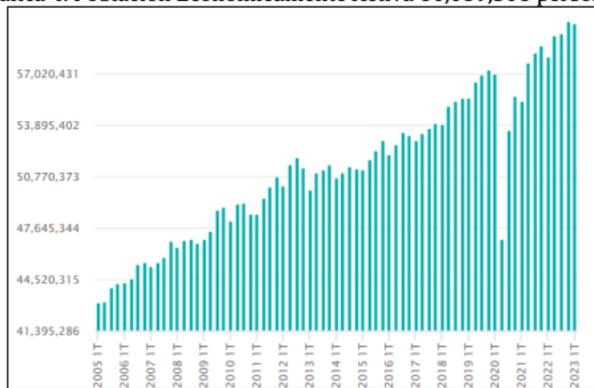
Fuente: Elaboración propia con datos (CONEVAL, 2023)

Los resultados del informe del CONEVAL muestran que, aunque en algunas áreas no hay un aumento grande de la pobreza, la situación general sigue siendo preocupante. El incremento de la pobreza a nivel nacional refleja que las políticas de desarrollo social no han sido suficientes para disminuir las desigualdades existentes. En México, muchas de las zonas rurales y marginadas que tienen personas en situación de pobreza buscan opciones y recurren al trabajo en maquilas y talleres textiles, donde enfrentan bajos salarios, largas jornadas y falta de derechos laborales.

### Desempleo.

Carrasco, J. Ibarvo, V. Cardona, L. ( s.f) Señalan que la falta de empleo es uno de los problemas más graves que enfrenta México, ya que muchas personas en edad laboral no tienen acceso a trabajos bien remunerados. Esta falta de oportunidades laborales, junto con la desigualdad, apoya directamente a los altos niveles de pobreza en el país (UNAM, 2011). Las gráficas que se presentan a continuación muestran cómo esta situación ha evolucionado y reflejan la magnitud de este problema social en el contexto actual.

Gráfica 4. Población Económicamente Activa 60,089,308 personas.



Fuente: (INEGI, 2023)

La falta de empleo en México es un problema crucial que sigue afectando a un gran número de personas. La falta de oportunidades laborales bien remuneradas está fuertemente vinculada a la pobreza y la desigualdad, lo que empeora aún más la situación de muchas familias. Gracias a esto muchas personas se ven obligadas a aceptar empleos en condiciones de explotación, con contratos informales o sin seguridad social, lo que es común en la industria textil, especialmente en talleres clandestinos.

### Jóvenes y consumismo en la ropa.

“28 % de los mexicanos compra ropa entre dos y tres veces al mes, Un estudio de Appinio reveló que la compra de moda no está totalmente impulsada por eventos especiales o tendencias, ya que el 31 % de los encuestados adquiere ropa principalmente para sentirse cómodos consigo mismos.” (Retailers, 2024)  
(Retailers, 2024) menciona que según el estudio de Appinio, basado en su metodología Mental Availability, el 28 % de los mexicanos hacen compras de ropa entre dos y tres veces al mes. Esta tendencia es practicada por jóvenes de entre 18 y 34 años, quienes no solo buscan estar a la moda, sino que también utilizan la vestimenta como una forma de expresar su identidad. En contraste, un pequeño 3 % de la población se encuentra en el otro extremo, comprando ropa únicamente una vez al año.

El estudio refleja cómo la moda en México va más allá de las tendencias, convirtiéndose en una herramienta de identidad personal, especialmente entre los jóvenes. La alta frecuencia de compra sugiere un vínculo entre vestimenta y autoexpresión, mientras que el bajo porcentaje de quienes compran solo una vez al año evidencia diferencias en hábitos de consumo, posiblemente influenciadas por factores económicos o ambientales.

Además, un 29 % busca verse más atractivo y un 28 % la utiliza para expresar su personalidad, lo que indica que la moda es un medio de autoafirmación más que una herramienta superficial. En contraste, solo un 13 % adquiere ropa para citas románticas y un 15 % para asistir a conciertos, lo que sugiere que el vestir está más relacionado con la vida cotidiana y la identidad personal que con eventos específicos. (Retailers, 2024)

Estos datos reflejan que la moda en México cumple un papel más profundo que el simple seguimiento de tendencias o la preparación para eventos especiales. La vestimenta se percibe como una forma de autoafirmación, donde las personas buscan expresar su personalidad y aumentar su confianza. El hecho de que solo un pequeño porcentaje compre ropa específicamente para citas o conciertos refuerza la idea de que la moda está más ligada a la identidad y el bienestar diario que a momentos puntuales. Esto sugiere una evolución en la manera en que los consumidores valoran su vestimenta, dándole un significado más personal y constante.

El artículo de Ocelotl M. (2022) Menciona que antes, la moda la marcaban las celebridades, modelos, películas y revistas, y solo un grupo pequeño de expertos decidía las tendencias, lo que hacía que los cambios fueran más lentos. Ahora, con la llegada de los creadores de contenido en redes sociales, como tik tok, YouTube, Instagram, entre otros, millones de personas pueden influir en la moda, creando nuevas tendencias que se difunden rápidamente por todo el mundo. Los influencers, que en su mayoría son usuarios de entre 18- 30 años, compiten entre sí para imponer nuevas modas, ya que necesitan conseguir likes y mantener a sus seguidores. Para lograrlo,

recurren al fast fashion, que produce ropa en grandes cantidades, rápido y barato. Esto hace que las tendencias cambien cada vez más rápido, en una carrera constante por imponer novedad.

La evolución de la moda ha pasado de estar dominada por un pequeño grupo de celebridades y expertos a ser influenciada por millones de personas a través de las redes sociales. Los creadores de contenido, especialmente los más jóvenes, tienen un impacto significativo en la creación y difusión de nuevas tendencias, lo que ha acelerado el ciclo de la moda. Sin embargo, este ritmo acelerado también trae consigo algunos desafíos. El uso del fast fashion para satisfacer la demanda constante de novedades puede generar un consumo insostenible y aumentar la presión sobre la industria textil en cuanto a producción y residuos. A pesar de esto, la rapidez con que las tendencias se difunden y se popularizan globalmente muestra el poder que tienen las redes sociales en la moda moderna, transformando completamente la forma en que interactuamos con ella.

Así como existen influencers que impulsan el consumo excesivo de tendencias fugaces, también hay quienes promueven la moda sustentable. Estos creadores de contenido fomentan el uso de prendas fabricadas de manera ética, con materiales orgánicos, reciclados o de mayor calidad, además de mejores etiquetados para que los consumidores conozcan el origen de sus compras. (Ocelotl M. 2022)

Otra alternativa que ha ganado popularidad es la ropa de segunda mano. En plataformas como Instagram, TikTok y YouTube, cada vez es más común ver hauls o videos de thrift shopping, donde fashion bloggers visitan bazares, tianguis y tiendas de caridad en busca de piezas únicas para reutilizar. Además, han surgido más espacios dedicados a la venta de ropa de segunda mano, como bazares en redes. (Ocelotl M. 2022)

El crecimiento de la moda sustentable y la ropa de segunda mano es una respuesta positiva al consumo excesivo impulsado por las tendencias rápidas. Aunque muchos influencers promueven la compra desmedida, también hay quienes fomentan

alternativas más responsables, como el uso de prendas éticas y recicladas. La popularidad de los hauls de thrift shopping y el auge de plataformas de reventa muestran que los consumidores están cada vez más abiertos a opciones más sostenibles. Sin embargo, es clave que esta tendencia no se convierta en una moda pasajera, sino en un cambio real en la forma en que valoramos y consumimos la ropa.

### **El Rol de la Economía Social en el Desarrollo Sostenible.**

La economía social promueve un enfoque que prioriza el bienestar colectivo, la inclusión y la equidad, valores fundamentales para combatir la pobreza y la explotación laboral en sectores vulnerables como la industria textil. En un país donde la diferencia entre ricos y pobres sigue siendo amplia, muchos trabajadores textiles enfrentan condiciones de mal salario, jornadas extenuantes y falta de derechos laborales.

Las iniciativas de economía social ofrecen una alternativa, permitiendo la organización comunitaria para generar empleos dignos y mejorar las condiciones de trabajo. Al integrar valores como la cooperación y la solidaridad, este modelo tiene el potencial de transformar las dinámicas económicas tradicionales, reduciendo la dependencia de las grandes industrias que muchas veces priorizan la rentabilidad sobre el bienestar de sus empleados.

La ESS propone una forma de hacer economía basada en la solidaridad y la justicia, con el objetivo de generar una transformación social, y puede aplicarse a cualquier tipo de empresa o iniciativa. Una de sus características clave es que todos los miembros son propietarios. En este modelo, los socios se enfocan en el trabajo colaborativo, buscando equilibrar los resultados económicos con objetivos sociales. Y depende del bienestar colectivo. (Gobierno de México, 4 de mayo 2021)

Este modelo permite crear empresas más justas e inclusivas, donde el bienestar de todos es más importante que el beneficio individual. Al compartir la propiedad y tomar decisiones en conjunto, se fomenta la equidad y la cooperación. Gracias a esto, se puede transformar la economía para hacerla más equilibrada y justa para todos.

La Economía Social promueve relaciones de solidaridad y confianza, con un espíritu comunitario y la participación social, y fortalece los procesos de integración productiva, contribuyendo a reducir las desigualdades sociales. Se define como la actividad económica realizada por los organismos del Sector Social, y se basa en principios clave como:

- La democracia en la toma de decisiones.
- La propiedad social de los recursos.
- La distribución equitativa de los beneficios entre los miembros.
- Un fuerte compromiso social en beneficio de la comunidad.

(Gobierno de México, 18 de Enero de 2019)

Esto representa un modelo valioso para promover la equidad y la inclusión social, ya que se enfoca en la solidaridad, la participación comunitaria y la justicia económica. Al basarse en principios como la democracia en la toma de decisiones y la distribución justa de beneficios, este enfoque no solo combate las desigualdades, sino que también fortalece el sentido de comunidad y cooperación. Esto tiene el potencial de generar un impacto positivo, no solo en la economía local, sino también en el bienestar general de la sociedad, favoreciendo una estructura más equitativa y sostenible.

La Economía Social y Solidaria impulsa el desarrollo local creando empleos, aprovechando recursos y apoyando a las comunidades. Ayuda a mejorar la economía y el mercado laboral ofreciendo bienes y servicios donde hacen falta. Además, fortalece la confianza y la participación social, haciendo que las decisiones sean más justas y beneficiosas para todos. Gracias a sus valores, la ESS genera impacto positivo en diferentes sectores, alineándose con las necesidades locales y promoviendo un desarrollo más sostenible. (La Economía Social y Solidaria y el Reto del Desarrollo Sostenible, Julio 2014)

La Economía Social y Solidaria (ESS) es clave para fortalecer la unión entre las comunidades y fomentar una participación más activa en la toma de decisiones. Al adaptarse a las necesidades locales y abordar distintos desafíos, contribuye tanto al crecimiento económico como al bienestar social. Además, la ESS ofrece una alternativa frente a la explotación laboral y la pobreza, promoviendo empleos con salarios justos y condiciones dignas. De esta manera, ayuda a reducir las desigualdades y a construir una sociedad más equitativa y sostenible.

### **Inspiración en México.**

La colección toma inspiración en el comercio local y tianguis de México y como estos convergen con las ciudades, así como el peso cultural que esto implica, los colores y texturas generan un caos armónico en la vida cotidiana, que se convertirán en la esencia de nuestro diseño, tomando referencia en el corazón de la cultura mexicana, espacios donde lo que caracteriza a México se une en la tradición e innovación. Desde los puestos de frutas con montañas de chiles y nopales hasta los puestos de ropa de segunda mano, cada rincón cuenta una historia de trueque, resistencia y creatividad.

Esta colección rescata la estética única de cotidianidad con un sin fin de posibilidades: Capas etéreas, volantes y bordados inspirados en los ramos de las flores. Superposiciones que recuerdan las torres de fruta apiladas. Denim reconfigurado, mezclas de estampados y texturas que evocan la diversidad. Transparencias, materiales plastificados y detalles gráficos inspirados en etiquetas de productos y envases reciclados, los manteles de plástico estampados, las bolsas de rafia multicolores, los rótulos pintados a mano y las texturas que hay en estos espacios. A través del upcycling, daremos nueva vida a materiales rescatados, transformando lo cotidiano en piezas únicas de moda con identidad propia.

La colección cobra vida a través de tonos vibrantes, donde los colores crean un lenguaje visual lleno de energía y dinamismo. Los materiales reciclados son el alma de cada pieza, rescatando textiles de segunda mano, manteles, cortinas y mezclilla intervenida, otorgándoles una nueva identidad con carácter y autenticidad.

Las siluetas, por su parte, generan prendas dinámicas, con aberturas, flecos o elementos móviles que capturen la energía constante de los espacios de vendimia, logrando un equilibrio entre lo funcional y lo contemporáneo. Diseños versátiles que se adaptan al movimiento y al ritmo de la vida diaria, sin perder el sello de originalidad y estilo.

Esta colección no solo busca rendir homenaje a los tianguis, sino también reivindicar el valor de lo reutilizado, demostrando que el lujo puede nacer de lo ordinario cuando se ve con nuevos ojos. Cada pieza de esta colección refleja la vida y el color, celebra la cultura popular mexicana y muestra cómo lo reutilizado también tiene belleza, haciendo que la moda sea parte de nuestra identidad y recuerdos.

## **Conclusión**

Estos conceptos están conectados y son fundamentales para la transformación de nuestra forma de interactuar con el mundo. El upcycling no solo nos invita a repensar lo que consideramos desechos, sino que nos recuerda la capacidad humana de crear valor a partir de lo que otros han descartado, dándole una nueva vida y propósito. Los materiales reciclados ofrecen una oportunidad concreta de reducir la huella que dejamos en el planeta, haciéndonos más conscientes del impacto de nuestras decisiones diarias.

El consumismo, que ha dominado gran parte de nuestras sociedades, nos enfrenta a una reflexión profunda sobre el precio que pagamos por la búsqueda interminable de más, muchas veces a costa de lo esencial: nuestro bienestar y el de la naturaleza. Es en este punto donde la economía social ofrece una vía de esperanza, promoviendo un modelo que no solo busca la rentabilidad, sino también el bienestar colectivo, la justicia social y la sostenibilidad. Esta economía nos invita a repensar nuestras relaciones con los demás y con el medio ambiente, recordándonos que el verdadero valor no está en lo que consumimos, sino en cómo compartimos y cuidamos lo que tenemos. En este camino hacia una sociedad más equitativa y respetuosa con el entorno, cada acción, por pequeña que sea, puede ser un paso hacia un futuro más justo y armonioso para todos.

## **Análisis foda.**

<b>Fortalezas:</b>	<b>Debilidades:</b>
<p><b>Upcycling:</b> Hay una reducción de residuos textiles y menor impacto ambiental.</p> <p><b>Economía social:</b> Posibilidad de trabajar con cooperativas, comunidades artesanales o talleres de inserción social. Promueve la autosuficiencia y el desarrollo local.</p>	<p><b>Upcycling:</b> El proceso de transformación requiere más tiempo y mano de obra.</p> <p><b>Economía social:</b> La gestión es compleja ya que coordinar equipos colaborativos y garantizar impacto social real requiere más esfuerzo organizativo.</p>
<b>Oportunidades:</b>	<b>Amenazas:</b>
<p><b>Upcycling:</b> Conseguir que más personas valoren la moda ética y sostenible.</p> <p><b>Economía social:</b> Se da un Creciente interés en el consumo ético, más personas buscan productos con impacto social y ambiental positivo.</p>	<p><b>Upcycling:</b> La educación del consumidor es insuficiente. Aunque el interés en moda sostenible crece, todavía hay desconocimiento sobre el upcycling y su valor.</p> <p><b>Economía social:</b> En momentos de crisis, los consumidores pueden priorizar precios bajos sobre impacto social.</p>

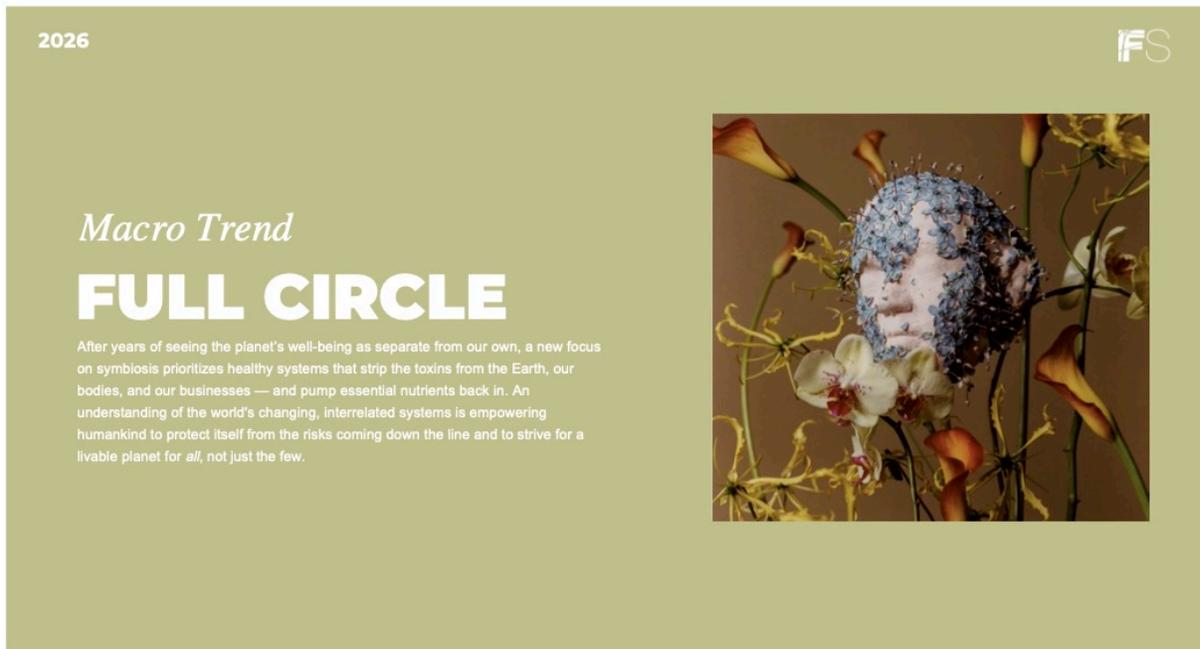
### Proceso de diseño.

### Inspiración.

Durante mucho tiempo, se ha visto el bienestar del planeta como algo independiente de nuestra propia salud y calidad de vida. Sin embargo, ahora estamos adoptando un enfoque más integrado, donde la clave es la simbiosis: crear sistemas que no solo reduzcan el daño ambiental, sino que también regeneren y fortalezcan tanto a la Tierra como a nosotros mismos. Esto implica eliminar contaminantes, optimizar el uso de recursos y promover prácticas que beneficien tanto a la naturaleza como a las personas.

A medida que entendemos mejor cómo todo está interconectado, desde los ecosistemas hasta la economía y la sociedad, nos damos cuenta de la importancia de actuar con visión a largo plazo. Este cambio de mentalidad nos ayuda a prevenir crisis futuras y a construir un mundo más equitativo y sostenible, donde el bienestar no sea

un privilegio de unos pocos, sino un derecho compartido por todos.



Macrotendencia 2026. (Fashion snoops 2024).

Con base en la inspiración en México y esta macrotendencia: Este proyecto de moda upcycling fusiona la diversidad cultural, la reinención de materiales y una estética ecléctica que desafía los límites del diseño tradicional. En una era de co-creación y conexión intergeneracional, las prendas se convierten en un lienzo para mezclar influencias globales, técnicas híbridas y referencias urbanas con un enfoque sustentable.

Las siluetas son versátiles y dinámicas, combinando estructuras relajadas con cortes inesperados y superposiciones atrevidas. Los materiales reciclados se transforman a través de ensamblajes poco convencionales: parches de mezclilla con textiles técnicos, encajes vintage contrastando con tejidos industriales, o estampados reinterpretados de manera experimental. La mezcla de texturas y acabados crea un lenguaje visual vibrante, donde el pasado y el futuro dialogan en una misma pieza.

Esta colección se inspira en un estilo de vida que celebra la individualidad, la reutilización creativa y la energía del cambio. Es un impacto visual que redefine el lujo contemporáneo a través de la autenticidad, la experimentación y el respeto por los materiales con historia.





## **Temporalidad.**

Primavera-verano 2026. La colección será conformada por prendas ligeras, transpirables y adaptables a diferentes situaciones urbanas. Se incorporan textiles reciclados de algodón, mezclilla y mallas reutilizadas, combinando ligereza con resistencia. La idea es ofrecer versatilidad a través de prendas que puedan usarse en capas o desmontarse para mayor frescura.

## **Concepto.**

La colección "Tiliche" es un homenaje a la energía vibrante de los mercados y tianguis de México, fusionando la estética ecléctica del comercio callejero con un enfoque sustentable y regenerativo. Inspirada en la idea de simbiosis, la colección refleja la interconexión entre tradición y modernidad, caos y armonía, reutilización y creatividad. A través del upcycling, los materiales desechados cobran nueva vida en prendas que evocan la esencia del trueque, la improvisación y la adaptabilidad de estos espacios urbanos llenos de historia y color.

Cada pieza es un reflejo del dinamismo de la cultura mexicana: una mezcla de estampados contrastantes, colores vibrantes y estructuras versátiles que reinterpretan el desorden organizado de los mercados, donde texturas y objetos inesperados coexisten en perfecta armonía. La colección celebra la diversidad de materiales, el ingenio del reúso y la belleza del diseño espontáneo.

La colección gira en torno al concepto de regeneración, entendida como la capacidad de transformar lo descartado en algo valioso, al igual que los mercados y tianguis reutilizan, revenden y dan segunda vida a objetos y textiles. El diseño se convierte en un proceso de intercambio constante entre lo artesanal y lo industrial, lo antiguo y lo contemporáneo, lo funcional y lo estético.

La idea central es diseñar prendas, donde los materiales reciclados se ensamblan de manera inesperada para crear nuevas siluetas. Este enfoque celebra la improvisación y la estética del azar, evocando la forma en que los mercados se arman y desarman diariamente, adaptándose a su entorno.

"Tiliche" explora el equilibrio entre la sostenibilidad y la expresión creativa. A partir de materiales recuperados la colección juega con superposiciones, desmontabilidad y reconstrucción. Las prendas transmiten una sensación de movimiento y fluidez, reflejando la dinámica de los mercados ambulantes.

### **Solución.**

La propuesta consta de 12 piezas que forman 6 looks, cada uno con una historia única. Entre ellas se encuentran la Sudadera Luminaria, creada a partir de un vestido de niña; los Jeans Revivo, confeccionados con mezclilla reciclada de otros pantalones; la Blusa Amarra, que juega con las siluetas; la Falda Remango, hecha con camisas reutilizadas; el Tank Top Etérea, elaborado con encaje; y la Falda Xochitli, que experimenta con volumen y texturas. También incluye la Hoodie Nahua, ensamblada con pantalones reciclados; el Boxer Tepito, que reinterpreta telas de vestidos; el Conjunto Mestiza, que explora la combinación de diferentes texturas; y el Vestido/Top Maya, hecho de mezclilla, fusionando estructura y detalles de distintas telas. Esta colección es una muestra del potencial del upcycling, transformando materiales en desuso en piezas con diseño, historia y propósito.

### **Descripción.**

1.- Sudadera Simbiosis: Sudadera ligera con textiles de apariencia de satín o seda, con un tacto suave y una caída fluida. Con fruncidos a lo largo de los brazos, la cintura y el cuello para lograr un efecto de volumen y un aspecto de ajuar. Hace juego con una falda de tela ligera de encaje que se amarra y ajusta con un lazo.

Jeans Revivo: Jeans que están hechos de otros jeans reciclados, creando una pieza única y sostenible. El material conserva la textura característica de los jeans, pero con un acabado más suave debido al proceso de reciclaje. Estos jeans presentan una mezcla de colores y tonalidades que varían según las partes reutilizadas, lo que les da un efecto de patchwork moderno.

2.- Blusa Amarre: es una blusa versátil con diseño ajustable. Incorpora cordones estratégicamente ubicados que permiten modificar sus dimensiones, adaptándose a distintas siluetas y estilos. Con solo ajustar los lazos, se puede transformar su forma, logrando un ajuste ceñido o un efecto más suelto y fluido.

Falda Retazo: Falda confeccionada a partir de camisas deconstruidas, con una combinación de telas que le da un estilo único y dinámico. Su diseño incorpora costuras estratégicas que crean un juego de volúmenes, aportando movimiento y textura a la prenda. Cuenta con un cordón ajustable que permite modificar el largo, adaptándose a diferentes estilos y ocasiones.

3.- Blusa Sol: Este tank top sin mangas, ajustado a la cintura, está hecho de una tela ligera y transparente con detalles de encaje. La tela tiene una textura suave y delicada. El conjunto hace juego con un bralet de encaje que tiene un diseño cómodo y minimalista, con tirantes finos y una estructura que aporta soporte sin perder suavidad.

Falda Amanecer: maxi falda diseñada con múltiples volantes que crean un efecto de volumen y movimiento. El corte fluido y relajado se va abriendo gradualmente, dando una sensación de amplitud sin perder ligereza. Los volantes están dispuestos en diferentes alturas, lo que aporta un dinamismo visual y un juego de texturas. El largo de la falda es ajustable gracias a unos cordones en la parte inferior, permitiendo personalizar la longitud según el estilo y la ocasión.

4.- Hoodie Remate: Esta chamarra tipo hoodie utilitaria está hecha con la tela de un pantalón resistente, proporcionando una textura duradera y cómoda. El diseño tiene un enfoque funcional, con bolsillos distribuidos estratégicamente por toda la prenda. Los bolsillos, con costuras reforzadas, están diseñados no solo para ser útiles, sino también para agregar un toque visual interesante. En las mangas, se ha incorporado un detalle de tela de otro tipo, como un material más suave o con textura, creando un contraste sutil pero atractivo.

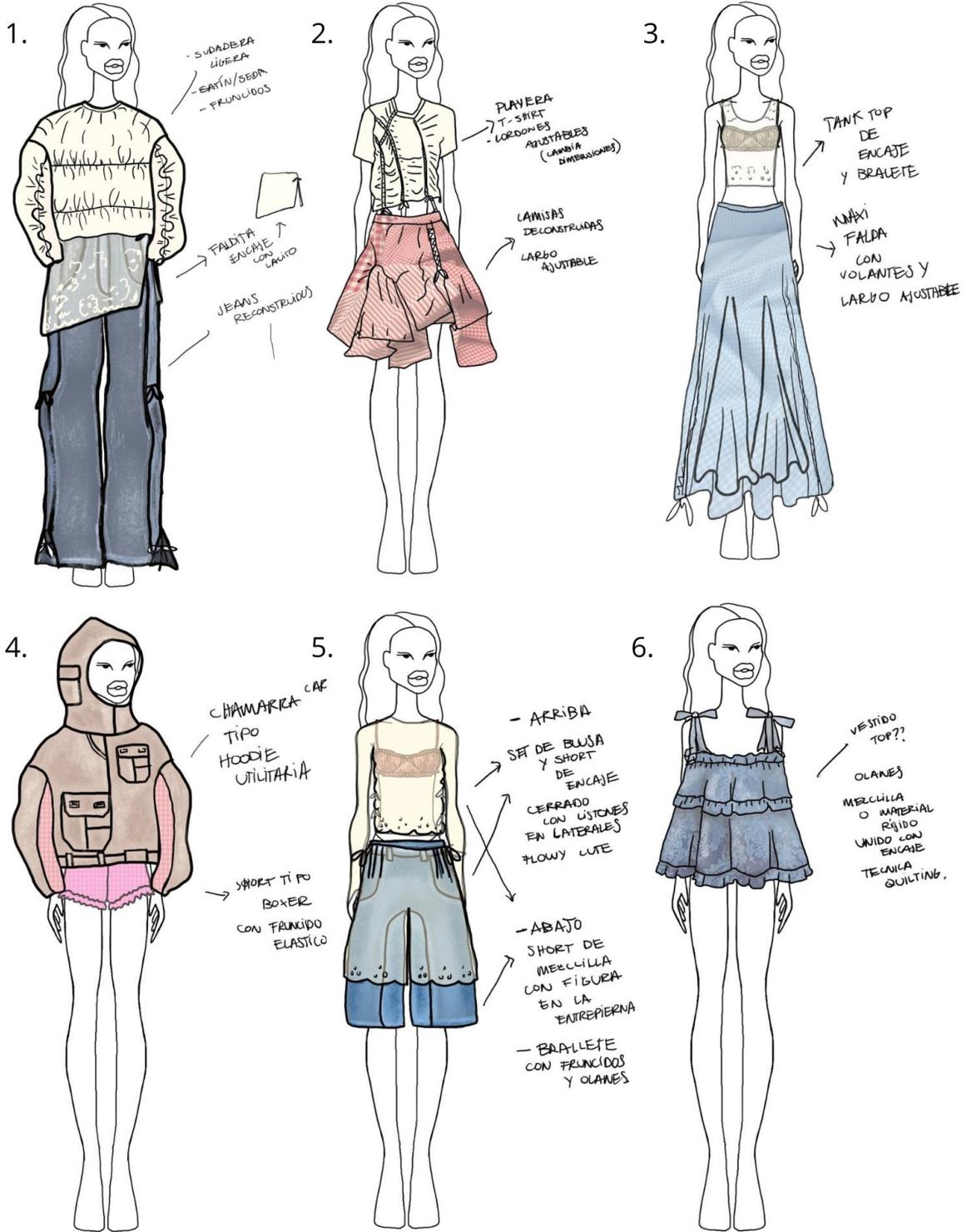
Boxer Cesta: Este boxer tiene un diseño cómodo y sencillo, con un fruncido elástico en la cintura que asegura un ajuste perfecto. Las costuras, estratégicamente ubicadas, añaden textura a la prenda, creando un detalle sutil que resalta sin perder funcionalidad. El corte es clásico, con un fit cómodo que se adapta al cuerpo, y la textura de las costuras le da un toque visual interesante, manteniendo la comodidad como prioridad.

5.- Conjunto Altar: Parte superior: Es un set de encaje que está compuesto por una blusa y un short, ambos con un estilo delicadamente femenino y elegante. La blusa, de tejido ligero y transparente, tiene un diseño fluido con detalles de encaje, creando una textura sutil y sofisticada. Tiene listones laterales en la blusa que permiten ajustar la prenda al cuerpo. El short a juego sigue la misma estética, con encaje en los bordes y una caída suave que resalta la ligereza de la tela. Los listones laterales también se encuentran en el short, permitiendo ajustarlo para un calce perfecto.

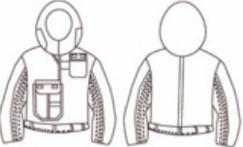
Parte inferior: El braletter, con fruncidos en la parte del busto, es un diseño delicado, realizado por pequeños olanes. Los tirantes finos y el corte ajustado ofrecen soporte sin perder comodidad. El short de mezclilla, de corte a la rodilla, tiene una silueta relajada en la entrepierna, que marca la figura de manera sutil. La tela de mezclilla, con un toque desgastado, aporta un estilo casual y urbano, mientras que los detalles de costura y el ajuste en la entrepierna dan un acabado moderno y estilizado.

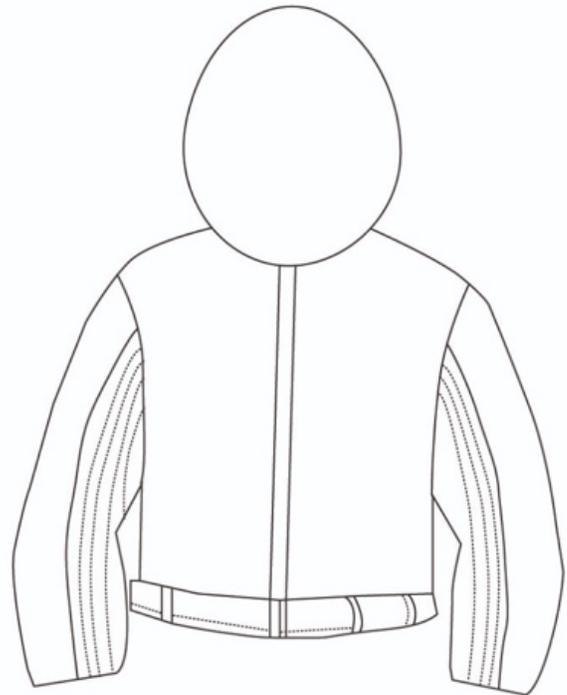
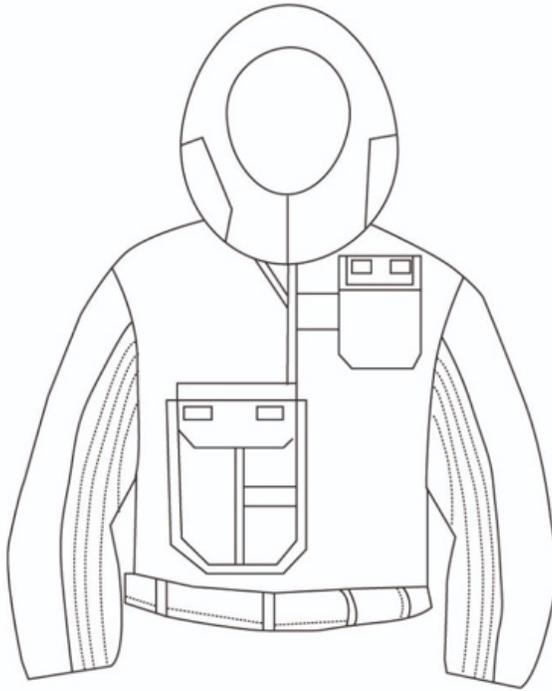
6.- Vestido/ top Rafia: Este vestido top está confeccionado con mezclilla reciclada o un material rígido, que le da una estructura firme y duradera. Utilizando la técnica de quilting, se han creado patrones geométricos sutiles en el material rígido, aportando una textura interesante y un toque artesanal al diseño. El encaje, está delicadamente unido al top, contrasta con la rigidez de la mezclilla, añadiendo un toque de suavidad. Tiene lazos los cuales se pueden ajustar al hombro con un moño.

# Bocetaje.



## Fichas técnicas

<b>TILICHE</b>	Marca: Tiliche	SVNR-2503-01	Temporada: Primavera- verano 2026	
	Estatus: Prototipo	Tejido: Plano	Maquilador: Ibero Puebla	
	Género: Unisex	Responsable: Selene Villarreal Ballesteros	Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.	
	División: Casual		Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital	



# TILICHE

Marca: Tiliche

SVNR-2503-01

Temporada: Primavera- verano 2026

Estatus: Prototipo

Tejido: Plano

Maquilador: Ibero Puebla

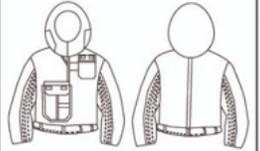
Género: Unisex

Responsable: Selene Villarreal Ballesteros

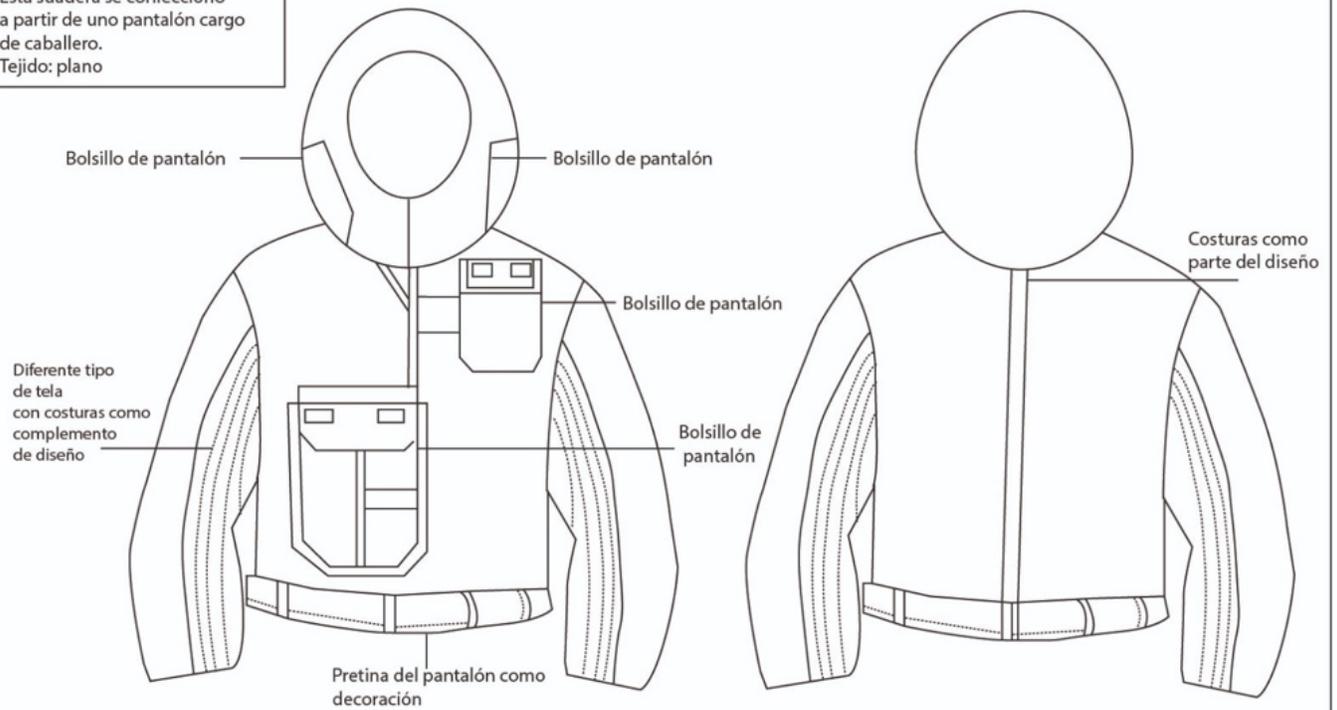
Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.

División: Casual

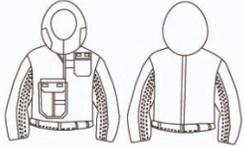
Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital



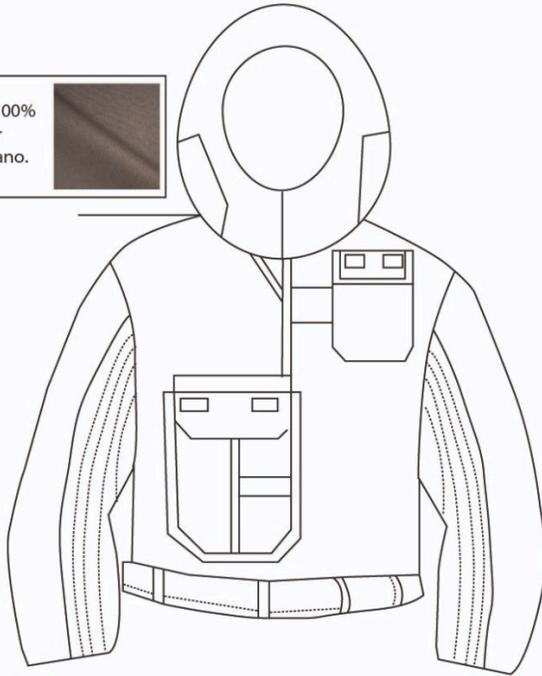
Esta suadera se confeccionó a partir de uno pantalón cargo de caballero.  
Tejido: plano



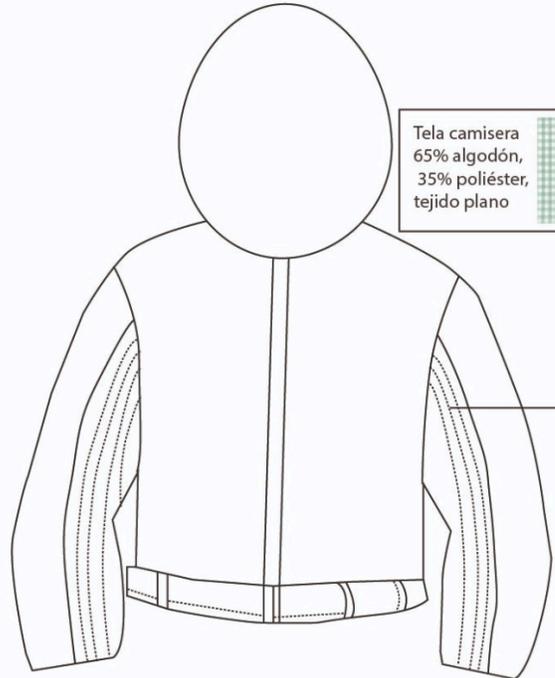
# TILICHE

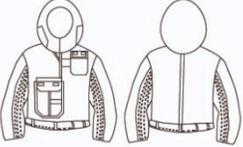
<b>TILICHE</b>	Marca: Tiliche	SVNR-2503-01	Temporada: Primavera- verano 2026	
	Estatus: Prototipo	Tejido: Plano	Maquilador: Ibero Puebla	
	Género: Unisex	Responsable: Selene Villarreal Ballesteros	Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.	
	División: Casual		Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital	

Tafetán 100% poliéster tejido plano.



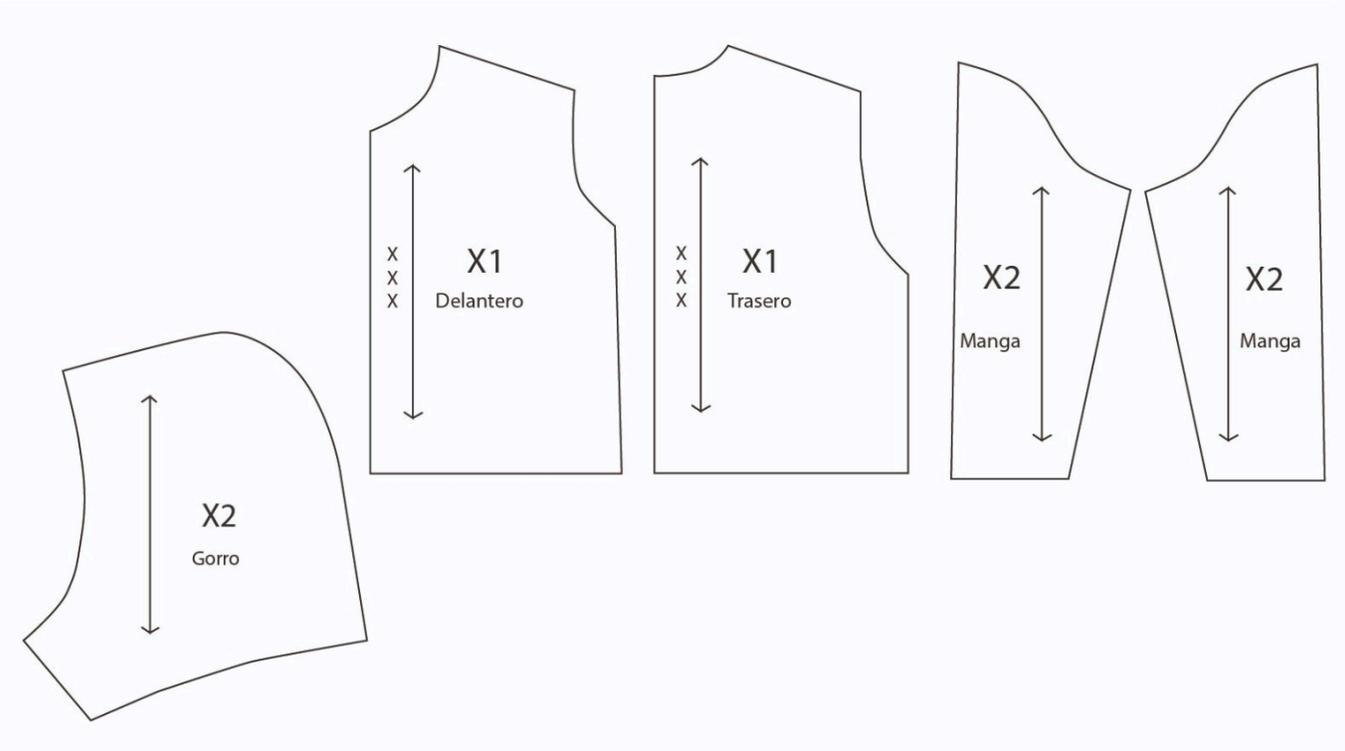
Tela camiseta 65% algodón, 35% poliéster, tejido plano



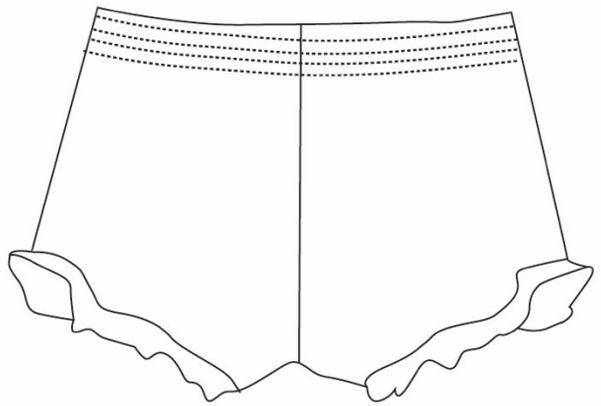
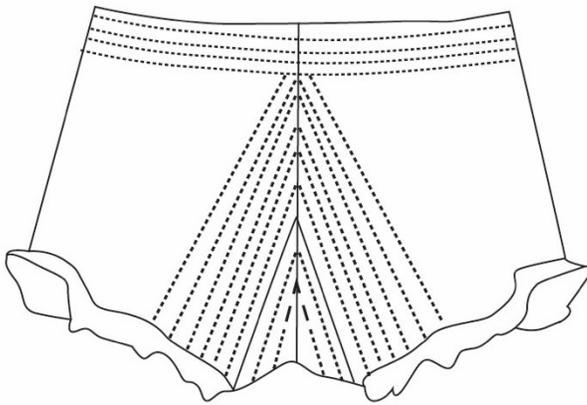
<b>TILICHE</b>	Marca: Tiliche	SVNR-2503-01	Temporada: Primavera- verano 2026	
	Estatus: Prototipo	Tejido: Plano	Maquilador: Ibero Puebla	
	Género: Unisex	Responsable: Selene Villarreal Ballesteros	Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.	
	División: Casual		Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital	

- 1.- Descoser el pantalón por la entrepierna y separarlo a la mitad.
- 2.- Posicionar los patrones para ahorrar material y rescatar detalles de la prenda.
- 3.- Unir las mangas (que están a mitades) debido a que usaron diferentes telas para este elemento, con costura recta a 1 cm.
- 4.- Unir las mangas completas, juntando los derechos, dejando la costura por el revés.
- 5.- Unir hombros de delantero y trasero.
- 6.- Unir mangas a la sisa completa con el hombro unido.
- 7.- Cerrar costados y cerrar manga juntos con una sola costura.
- 8.- Unir las dos piezas del gorro.
- 9.- Hacer dobladillo al gorro.
- 10.- Unir el gorro al talle.
- 11.- Unir la pretina del pantalón como decoración.
- 12.- Cerrar mangas y hacerles dobladillo.

<b>TILICHE</b>	Marca: Tiliche	SVNR-2503-01	Temporada: Primavera- verano 2026	
	Estatus: Prototipo	Tejido: Plano	Maquilador: Ibero Puebla	
	Género: Unisex	Responsable: Selene Villarreal Ballesteros	Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.	
	División: Casual		Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital	

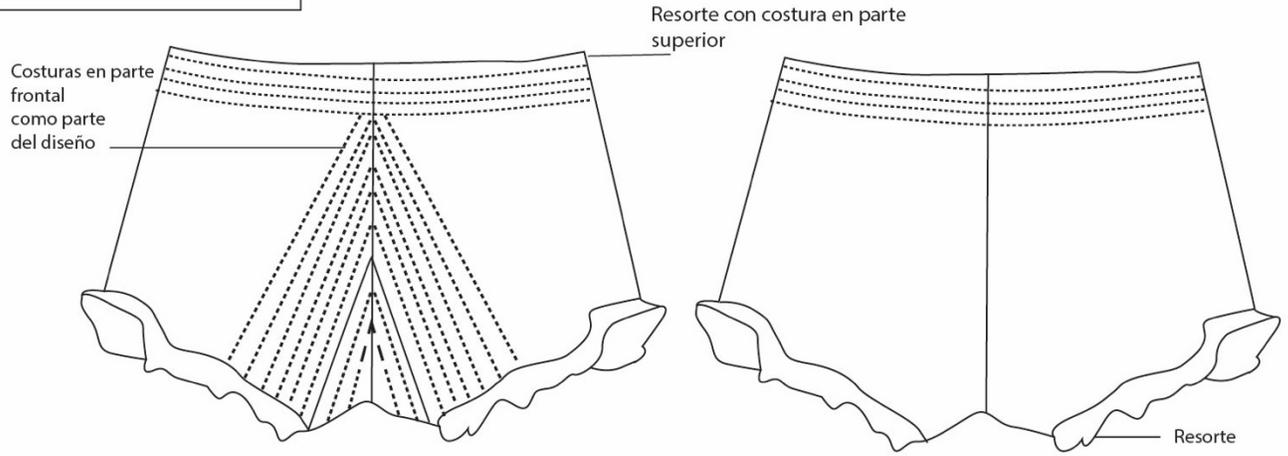


<b>TILICHE</b>	Marca: Tiliche	SVNR-2503-02	Temporada: Primavera- verano 2026	
	Estatus: Prototipo	Tejido: Plano	Maquilador: Ibero Puebla	
	Género: Femenino	Responsable: Nicolás Riva	Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.	
	División: Casual		Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital	



<b>TILICHE</b>	Marca: Tiliche	SVNR-2503-02	Temporada: Primavera- verano 2026	
	Estatus: Prototipo	Tejido: Plano	Maquilador: Ibero Puebla	
	Género: Femenino	Responsable: Nicolás Riva	Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.	
	División: Casual		Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital	

Estos shorts se confeccionaron a partir de un vestido infantil de niña.



# TILICHE

Marca: Tiliche

SVNR-2503-02

Temporada: Primavera- verano 2026

Estatus: Prototipo

Tejido: Plano

Maquilador: Ibero Puebla

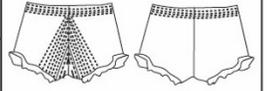
Género: Femenino

Responsable: Nicolás Riva

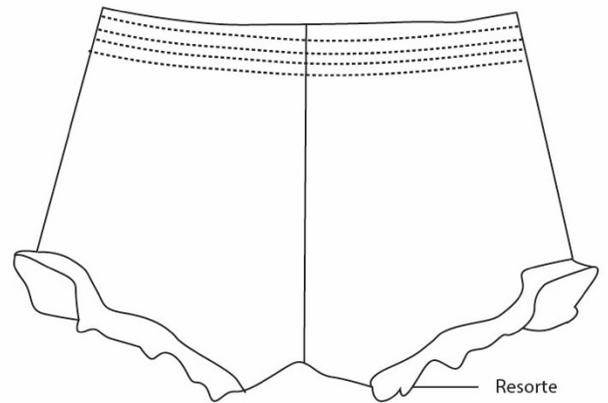
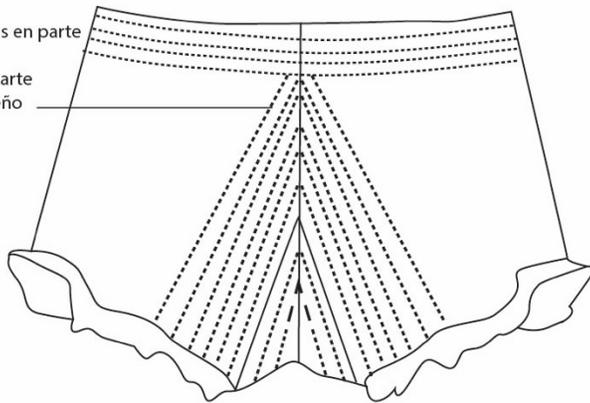
Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.

División: Casual

Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital



Costuras en parte frontal como parte del diseño



Tela camiseta  
65% algodón,  
35% poliéster,  
tejido plano

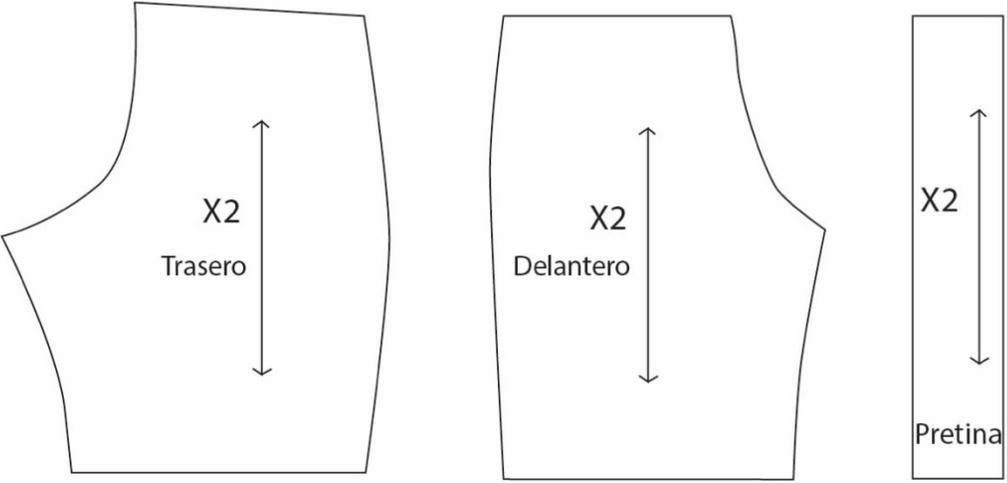


<b>TILICHE</b>	Marca: Tiliche	SVNR-2503-02	Temporada: Primavera- verano 2026	
	Estatus: Prototipo	Tejido: Plano	Maquilador: Ibero Puebla	
	Género: Femenino	Responsable: Nicolás Riva	Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.	
	División: Casual		Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital	

- 1.- Unir costados de delantero y trasero, de las 4 piezas
- 2.- Unir entrepiernas de trasero con trasero y delantero con delantero
- 3.- Cerrar entrepiernas de delanteros y traseros
- 4.- Cocer pretina con elastico
- 5.- Hacer dobladillo a las piernas del shot
- 6.- Cocer con elástico al rededor del dobladillo

# TILICHE

Marca: Tiliche	SVNR-2503-02	Temporada: Primavera- verano 2026
Estatus: Prototipo	Tejido: Plano	Maquilador: Ibero Puebla
Género: Femenino	Responsable: Nicolás Riva	Ubicación: 16 de Sept. #116,72205 Puebla Pue.
División: Casual		Estatus de la muestra: Prototipo técnico digital



## **Costos.**

Precio unitario de cada prenda en prototipo.

Chamarra Cargo.

- Costo por hora de diseño: \$82.39
- Salario de 2 diseñadores por horas de trabajo: \$659.12
- Costos fijos del proyecto: \$214.78
- Costos variables (material): \$25
- Utilidad 40%: \$475.79
- Precio de venta (IVA e impuesto ISR incluido): \$ 2097.29

Short.

- Costo por hora de diseño: \$82.39
- Salario de 2 diseñadores por horas de trabajo: \$280.13
- Costos fijos del proyecto: \$214.78
- Costos variables (material) : \$40
- Utilidad 40%: \$223.96
- Precio de venta (IVA e impuesto ISR incluido): \$ 943.14

## **Mercado.**

Esta colección de moda upcycling se dirige a un mercado medio-alto, compuesto por consumidores que buscan, calidad y sostenibilidad, sin comprometer el estilo ni la sofisticación. Se posiciona como una alternativa innovadora, destacando por su creatividad en el diseño, la selección de materiales recuperados y curados para asegurar y un proceso de producción responsable con el medio ambiente.

Cada pieza es única y surge de un meticuloso proceso de reconstrucción, intervención artesanal y diseño. La colección no solo rescata textiles, sino que reinventa la moda desde una perspectiva ética, transformando materiales en prendas únicas con una historia que contar.

El consumidor de esta colección se define por su interés por el diseño innovador y consciente. Se aleja de las tendencias masivas y del consumo desechable, optando por

prendas que reflejen su identidad y principios. Sus valores giran en torno a la sostenibilidad, la calidad y la autenticidad, por lo que busca marcas que compartan su visión responsable.

El estilo de vida del consumidor está marcado por la preferencia por productos con un enfoque ético. Se interesa por el origen de los materiales, los procesos de producción y el impacto ambiental de sus compras, asegurándose de que cada elección tenga un propósito más allá de la moda.

Para este consumidor, la moda upcycling representa una oportunidad para fusionar su estilo de vida con sus valores, adquiriendo prendas que trascienden lo estético y se convierten en símbolos de expresión, ética y cambio positivo en la industria.

### Logotipo y nombre

#### **Punto de distribución.**

El espacio de distribución de esta empresa está pensado para ofrecer una experiencia inmersiva donde la tienda y el taller de producción coexisten en un mismo lugar. Su diseño abierto y transparente permite que los clientes observen en tiempo real cómo el equipo de producción transforma materiales recuperados en piezas únicas de moda upcycling.

Cada detalle del entorno está pensado para resaltar la transparencia y la ética de la marca. La distribución del espacio permite una interacción cercana con los trabajadores, quienes desempeñan sus labores en condiciones dignas, con un ambiente seguro, bien iluminado y equipado adecuadamente. Esto no solo garantiza la calidad de las prendas, sino que también refuerza el compromiso con un modelo de producción justo y responsable.

Además de la tienda y el área de confección, el lugar cuenta con un espacio dedicado a experiencias, donde los visitantes pueden aprender sobre el proceso de upcycling, la selección de materiales y hasta participar en la personalización de sus propias prendas.

También se ofrecen piezas en ediciones limitadas y la posibilidad de realizar encargos a medida, fomentando un consumo más consciente y cercano a la esencia del diseño experimental.

Este concepto de tienda-taller redefine la experiencia de compra, convirtiéndola en un acto de participación y aprendizaje, donde cada cliente no solo adquiere una prenda, sino que también se conecta con su historia, su proceso de creación y los valores de la moda sustentable.





## **Prototipo y validación**

Con que, cuando, donde ( foto en wha)

## **Campaña**

Video

Book o catálogo

## **Introducción**

### **Abstrac**

### **Presentación**

### **Etiqueta de cuidados**

### **Logotipo**

## **Conclusión**

El desarrollo de este proyecto representó mucho más que el diseño de una colección de moda; fue una experiencia transformadora que permitió reflexionar a fondo sobre el papel del diseño en un contexto marcado por crisis ambientales y desigualdad social. A través de la implementación de técnicas de upcycling, y un enfoque basado en la economía

circular, se demostró que es posible crear prendas funcionales, creativas y con impacto social positivo, a partir de materiales que de otro modo serían desechados.

Uno de los principales aprendizajes fue comprender la urgencia ambiental que enfrenta el planeta, especialmente en relación con la industria textil, una de las más contaminantes a nivel global. Las cifras son alarmantes: millones de toneladas de ropa terminan en vertederos cada año, mientras que la producción masiva continúa generando emisiones, consumiendo agua y deteriorando ecosistemas. En este contexto, la sostenibilidad deja de ser una opción estética o ética para convertirse en una necesidad inevitable. Aplicar principios sostenibles en el diseño no solo disminuye el impacto ambiental, sino que educa al consumidor, transforma hábitos y genera conciencia colectiva.

Por otro lado, profundizar en los principios de la economía social permitió identificar caminos para replantear el sistema productivo, promoviendo modelos más equitativos, cooperativos y solidarios. Incluir prácticas que garanticen condiciones laborales dignas, transparencia en los procesos y participación comunitaria representa una respuesta concreta ante la desigualdad salarial, la precarización del trabajo y la concentración del capital en pocos actores. Un modelo cooperativo textil, como el propuesto en este proyecto, no solo redistribuye el trabajo y la riqueza, sino que fortalece redes humanas y abre oportunidades para comunidades vulnerables.

Con certeza, el futuro del diseño, y de la moda en particular, debe caminar hacia modelos regenerativos, donde el respeto por el ambiente y la dignidad humana sean principios no negociables. Lo que más impactó fue descubrir que un cambio estructural es posible si se articula desde la creatividad, la investigación y el compromiso social. Diseñar con conciencia es diseñar para el futuro, y este proyecto ha sido un primer paso hacia una práctica profesional más ética, más sustentable y más humana.

## **Conclusión de objetivos**

**Selene Villarreal Ballesteros**

Este proyecto ha sido una experiencia profundamente transformadora tanto a nivel profesional como personal. Más allá de diseñar una colección de moda con enfoque en el upcycling, me permitió cuestionar y replantear el rol que quiero asumir como diseñadora en un mundo que exige soluciones urgentes frente a la crisis ambiental y las desigualdades sociales. Me llevo el aprendizaje de que la moda no solo puede ser estética, sino también ética, responsable y con un propósito claro.

Trabajar con materiales reciclados, aplicar técnicas de zero waste, investigar sobre economía circular y, especialmente, proponer un modelo de negocio justo me hizo ver que es posible diseñar desde la conciencia, sin comprometer la creatividad. Me impactó profundamente conocer los datos sobre la contaminación generada por la industria textil y la injusticia que viven miles de trabajadores dentro del sistema. Esa información me movió y me motivó a tomar acción desde lo que sé hacer: diseñar.

Me quedo con la certeza de que la sostenibilidad y la economía social no son conceptos lejanos o utópicos, sino herramientas reales para construir un futuro mejor. Este proyecto me hizo ver que pequeñas acciones, bien pensadas y con intención, pueden generar un impacto. Y que como diseñadora, tengo una responsabilidad con el entorno, con las personas y con las decisiones que tome en cada prenda que cree.

¿ Qué me llevo?

Este proyecto me obligó a detenerme, observar con más profundidad y cuestionar no solo lo que hago, sino *por qué lo hago*. Me llevó a conectar con el impacto real de mi decisiones, que siente incomodidad ante la injusticia, y que no quiero ser parte de un sistema que contamina y excluye, sino de uno que construya, repare y eleve.

Me llevo una nueva sensibilidad frente a lo que consumimos y desechamos, frente a la historia que hay detrás de cada prenda, de cada textil, de cada persona que forma parte del proceso. Aprendí que reciclar no es solo reutilizar materiales: es también resignificar, revalorar, y darle una segunda oportunidad no solo a los objetos, sino a las formas en las que producimos y nos relacionamos.

También me llevo el valor de la empatía como parte esencial del diseño. Entender la economía social no solo como una teoría, sino como una herramienta concreta para generar condiciones de vida más justas, me hizo ver que no se trata solo de hacer “moda responsable”, sino de construir relaciones más humanas, donde el trabajo se dignifique, el talento se reconozca, y el valor no esté solamente en el producto final, sino en todo lo que lo hizo posible.

¿ Qué me llevo de la carrera?

Lo que más me impactó de la carrera de diseño textil fue descubrir la amplitud del campo y las oportunidades reales que existen para desarrollarse profesionalmente en muchos ámbitos: desde la investigación, el diseño de moda, el desarrollo de materiales, hasta la innovación social o el emprendimiento sustentable. Esta carrera no se limita a crear ropa, sino que abre caminos para

proponer soluciones, rescatar saberes, generar empleo digno y transformar entornos desde lo creativo.

También me marcó entender la responsabilidad que tenemos como nuevos diseñadores frente al medio ambiente. Diseñar sin tener en cuenta el impacto ambiental ya no es una opción. Aprendí que cada decisión, cada textil que usamos, cada método que elegimos, puede ser parte del problema o parte de la solución. En este sentido, la sostenibilidad ya no es una tendencia, sino una ética de trabajo necesaria y urgente.

Otro aspecto que me conmovió fue descubrir el inmenso valor del arte textil presente en las comunidades mexicanas. México es increíblemente rico en tradiciones, técnicas, colores, materiales y narrativas. Entender el textil desde lo cultural me hizo admirar aún más este campo, y también reconocer la importancia de respetar, colaborar y visibilizar el trabajo de las comunidades artesanas. Su saber, transmitido de generación en generación, es arte vivo.

Finalmente, me llevo la certeza de que esta es una carrera noble, porque nos permite crear con las manos, con la mente y con el corazón. Nos enseña a observar, a proponer con sensibilidad, a imaginar futuros mejores. El diseño textil me impactó no solo como disciplina, sino como una forma de vida que combina creatividad, conciencia y compromiso.

¿Qué opino de este modelo de aprendizaje?

Considero que este modelo de aprendizaje fue una experiencia valiosa y enriquecedora porque me permitió involucrarme activamente en cada etapa del proceso: desde la investigación, el análisis crítico, la experimentación práctica, hasta la propuesta de soluciones reales. No se trató solo de recibir conocimientos, sino de aplicarlos, cuestionarlos y adaptarlos a un contexto social, cultural y ambiental.

Me gustó especialmente que se fomente la autonomía y la creatividad, dándome la libertad de explorar temas que me apasionan, como la sostenibilidad, el upcycling y la economía social. Este enfoque me ayudó a desarrollar no solo habilidades técnicas, sino también una visión más integral del diseño, entendiendo su impacto en el entorno y en las personas.

También valoro que se trabaje desde proyectos reales, con un enfoque interdisciplinario y humano. Este modelo no solo me formó como diseñadora, sino también como alguien que piensa críticamente, que observa el contexto y que propone con conciencia.

**Nicolás Riva**

## **Anexos.**

### **Entrevistas.**

Guille Coronado (Organización y gestión en economía social)

<https://drive.google.com/file/d/1846miLHA0wD4TQnV3BhwEA0IhlueAFxE/view?usp=sharing>

Mariana Reyes Gamez (Vinculación y relación con grupos de economía social)

<https://drive.google.com/file/d/1bqsb1C5jh8KH91pTR9ffgBVHhSOhUZQI/view?usp=sharing>

Selene Agustín, Granja la Tierra

<https://drive.google.com/file/d/14yYjpYqZBdN9O8nIJoKUf-fDvPv0j4Ui/view?usp=sharing>

Valentina Suarez. Directora Universo Mola

[https://drive.google.com/file/d/1piRzrZa83n439unHeD5wWN\\_nxC48cf3F/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1piRzrZa83n439unHeD5wWN_nxC48cf3F/view?usp=sharing)

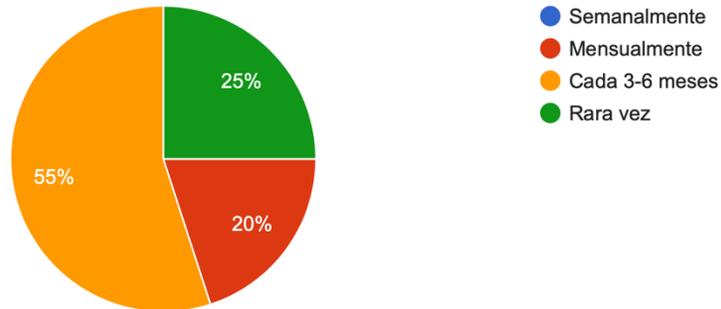
Mariana Pérez Parada.

[https://drive.google.com/file/d/1dMMZ1\\_tDzAQC2vC\\_9qyqANMRJv1W-3tZ/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1dMMZ1_tDzAQC2vC_9qyqANMRJv1W-3tZ/view?usp=sharing)

### **Encuesta.**

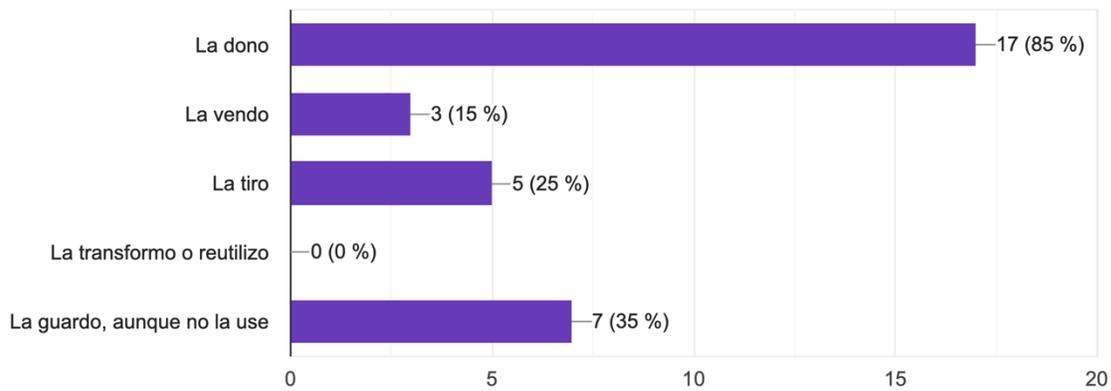
### ¿Con qué frecuencia compras ropa nueva?

20 respuestas



### ¿Qué haces con la ropa que ya no usas? (Puedes elegir más de una opción)

20 respuestas



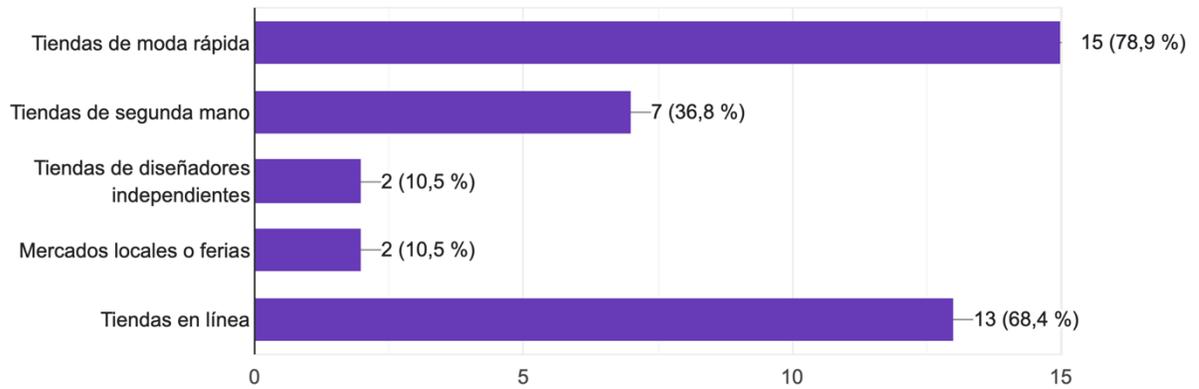
### ¿Te gustaría que las marcas ofrecieran servicios de reparación o customización de ropa?

20 respuestas



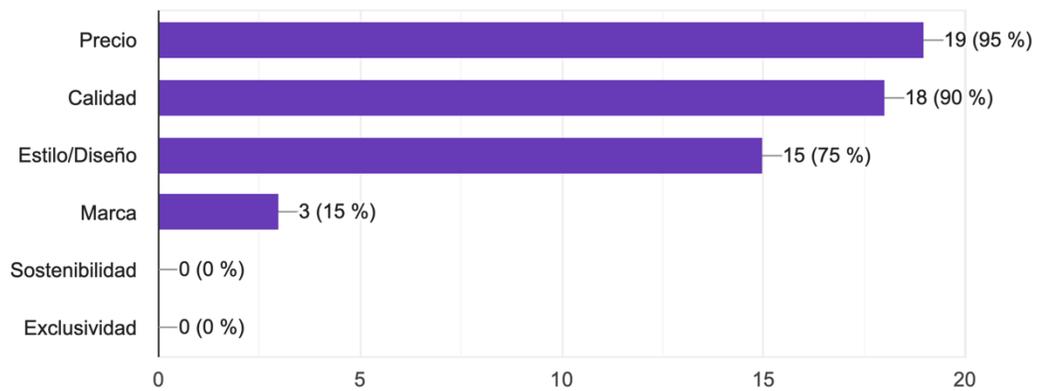
### ¿Dónde sueles comprar tu ropa? (Puedes elegir más de una opción)

19 respuestas



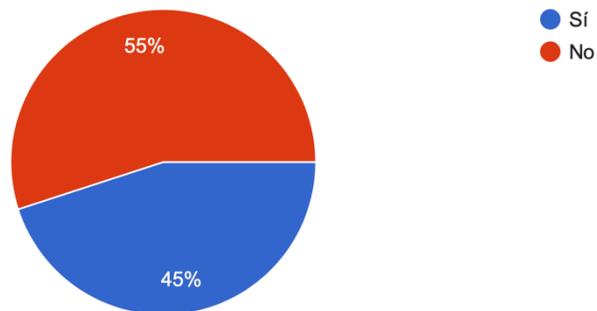
### ¿Qué factores consideras más importantes al comprar ropa? (Selecciona hasta 3)

20 respuestas



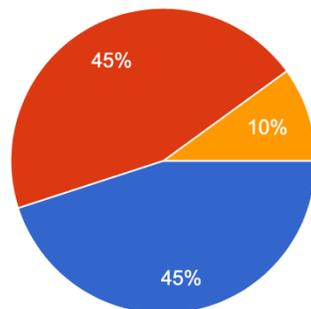
### ¿Has escuchado antes el término upcycling o suprareciclaje ?

20 respuestas



### ¿Qué entiendes por "upcycling" en la moda?

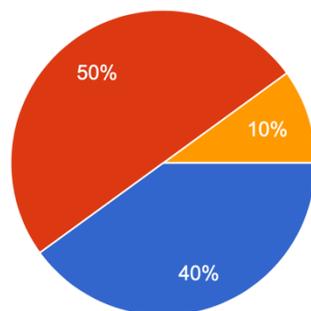
20 respuestas



- Nunca he escuchado el término
- Tengo una idea básica
- Conozco bien el concepto y cómo funciona

### ¿Te interesa comprar ropa hecha con materiales reciclados o recuperados?

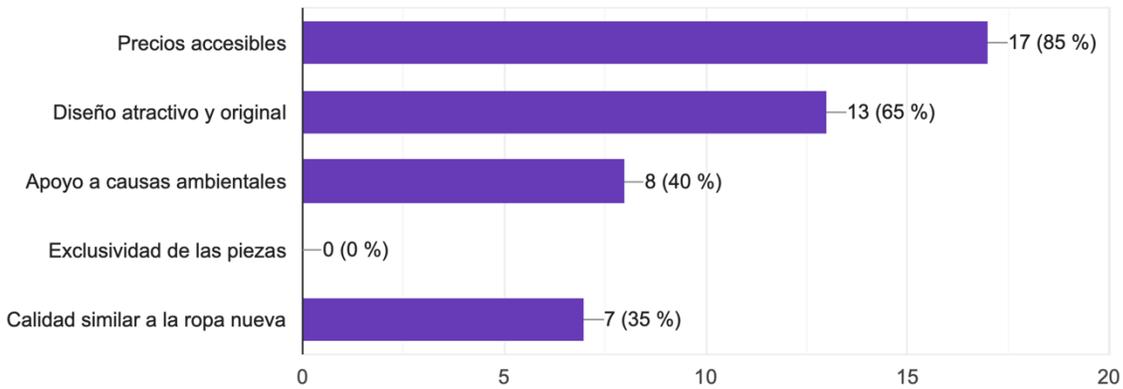
20 respuestas



- Sí, definitivamente
- Tal vez, dependiendo del diseño y el precio
- No me interesa

### ¿Qué te motivaría a comprar ropa upcycled? (Puedes elegir más de una opción)

20 respuestas



### ¿Qué opinas de las marcas que reutilizan materiales para crear nuevas prendas?

20 respuestas



¿Cuál es tu percepción sobre la moda hecha con materiales reciclados? (Respuesta abierta)
qué es ropa que puede llegar a ser de mala calidad
es una buena idea para re utilizar productos, yo lo aplcaría a otros usos y no a la ropa sino a telas para muebles, cortinas etc o a mascotas
No lo tomo mucho en cuenta ya que actualizo mi guardarropa sólo cuando llega a ser necesario, Pero creo que para quien actualiza su guardarropa constantemente, es una buena forma de disminuir el impacto ambiental
La verdad es que no me gusta mucho la idea, serían materiales que llevo pegados a la piel, y preferiría que fueran 100% nuevos.
Se ve bien aunque la sociedad crítica eso y la mayoría de la ropa podría ser hecha de esos materiales y no se darían cuenta, solamente por ser reciclada se critica o menosprecia
Buena idea para cuidar el planeta
Excelente iniciativa
Amigable con el medio ambiente pero poco tiempo de vida en resortes y costuras.
No tengo una percepcion fija ya que no hay mucho acceso a ella hoy en día
Buena forma de innovar y apoyar al medio ambiente.

Me parece una excelente alternativa para las industrias de moda rápida, más sostenible
Pensaría que es ropa de mala calidad, pero no debería de ser así. Creo que de hecho es la nueva moda y posiblemente el nuevo trend
Que es costosa
Me parece muy bueno y necesario
Es importante y necesario
Me parece algo super valioso e interesante, ya que se reutilizan cosas que ya no se ocupan
<b>¿Qué obstáculos o preocupaciones podrías ver al comprar ropa upcycling? (Respuesta abierta)</b>
que la gente no quiera comprarlo
que al ponerse de "nueva moda" sea mas cara y de menor calidad que un producto nuevo
Que los procesos adicionales resulten en un incremento del costo
En realidad no tengo ningún experiencia en eso pero quiero pensar que me podrían provocar alguna alergia cutánea
La calidad
La calidad no sea buena
Las empresas con gran presencia de mercado que no les conviene usarlos
Calidad y tiempo de vida
Diseño mas que otra cosa
Calidad y durabilidad
Quizá pensaría en la calidad, pero mientras sea ropa que dure, me parece excelente
Que sea muy cara o no la pueda encontrar disponible para comprar en línea
El precio elevado
Ninguno, me encanta la idea
Que el precio no lo refleje
únicamente que la calidad no fuera buena, pero fuera de eso sería muy cool

COSTOS DIRECTOS DE 1 PROTOTIPO			TIEMPO	1.7	HORAS
Boxer short					
<b>TIPOS DE COSTOS</b>			<b>PRECIO</b>	<b>COSTO</b>	
LUGAR	TALLER		\$ 20,000.00	\$ 202.38	
				\$ 202.38	
EQUIPO	Maquina de coser		\$ 6,000.00	\$ 0.84	
	Tijeras		\$ 100.00	\$ 0.08	
	Mobiliario		\$ 5,000.00	\$ 0.84	
				\$ 1.77	
SERVICIOS	Luz		\$ 500.00	\$ 5.06	
	Agua		\$ 100.00	\$ 1.01	
	Internet		\$ 450.00	\$ 4.55	
				\$ 10.63	
SALARIOS	Hora de Diseño		\$ 82.39	\$ 140.06	
	2 diseñadores			\$ 280.13	
MATERIALES / PROVEEDORES	Hilo		\$ 10.00	\$ 10.00	
	Meterial recuperado		\$ 15.00	\$ 15.00	
				\$ 25.00	
IMPREVISTOS	Ninguno		\$ -	\$ -	
				\$ -	
			Costo total	\$ 519.90	
	40%		Ganancia neta	\$ 207.96	
	30%		Impuesto ISR	\$ 62.39	
			<b>Precio venta</b>	<b>\$ 790.25</b>	
	16%		<b>I.V.A.</b>	<b>\$ 126.44</b>	
			<b>A pagar</b>	<b>\$ 916.69</b>	
COSTOS DIRECTOS DE 1 PROTOTIPO			TIEMPO	4	HORAS
Chamarra Cargo					
<b>TIPOS DE COSTOS</b>			<b>PRECIO</b>	<b>COSTO</b>	
LUGAR	TALLER		\$ 20,000.00	\$ 476.19	
				\$ 476.19	
EQUIPO	Maquina de coser		\$ 6,000.00	\$ 1.98	
	Tijeras		\$ 100.00	\$ 0.20	
	Mobiliario		\$ 5,000.00	\$ 1.98	
				\$ 4.17	
SERVICIOS	Luz		\$ 500.00	\$ 11.90	
	Agua		\$ 100.00	\$ 2.38	
	Internet		\$ 450.00	\$ 10.71	
				\$ 25.00	
SALARIOS	Hora de Diseño		\$ 82.39	\$ 329.56	
	2 diseñadores			\$ 659.12	
MATERIALES / PROVEEDORES	Hilo		\$ 10.00	\$ 10.00	
	Meterial recuperado		\$ 15.00	\$ 15.00	
				\$ 25.00	
IMPREVISTOS	Ninguno		\$ -	\$ -	
				\$ -	
			Costo total	\$ 1,189.48	
	40%		Ganancia neta	\$ 475.79	
	30%		Impuesto ISR	\$ 142.74	
			<b>Precio venta</b>	<b>\$ 1,808.01</b>	
	16%		<b>I.V.A.</b>	<b>\$ 289.28</b>	
			<b>A pagar</b>	<b>\$ 2,097.29</b>	

## Glosario.

- Upcycling (Suprarreciclaje): A diferencia del reciclaje tradicional, el upcycling da un valor agregado a los residuos al transformarlos en piezas únicas y de mayor calidad.
- Patchwork: Técnica de costura que consiste en unir pequeños trozos de tela para crear una pieza más grande.
- Hegemonía: liderazgo de un grupo, país o clase social que ejerce sobre otros
- Influencer: Persona que es figura pública y comparte su vida diaria.

Gravity Wave. (2021, 22 de abril). *¿Qué es Upcycling? Diferencias con Reciclaje.*

Recuperado de: <https://www.thegravitywave.com/que-es-upcycling/>

European Patchwork Meeting. (n.d.). *What is Patchwork? Definition and explanations.*

European Patchwork Meeting. Recuperado de: <https://www.patchwork-europe.eu/en/the-patchwork/what-is-patchwork/>

## Referencias.

Fundación Entre Soles y Lunas. (2025). *Universo MOLA – Qué hacemos.* Recuperado de <https://entresolesylunas.org/que-hacemos-2/programas/universo-mola>

Residuos Profesional. (2024, diciembre 3). *La industria textil apenas usa un 0,3% de materiales reciclados.* Recuperado de <https://www.residuosprofesional.com/industria-textil-materiales-reciclados.com>

Fashion Snoops. (2025). Copenhagen fashion week. Recuperado de <https://www.fashionsnoops.com/reportlayerpage.aspx?nServiceID=1&nTopID=220&nGroupID=6296&nSeasonID=118&ssearch=UPCYCLING>

Fashion Snoops. (2022). Sustainable materials. Recuperado de: <https://www.fashionsnoops.com/reportlayerpage.aspx?nServiceID=56&nTopID=283&nItemID=60526&nSeasonID=100&sViewedFrom=&ReportCategoryID=&ssearch=report%20materials>

ASOS. (2023). Circular design. ASOS. <https://www.asos.com/discover/circular-design/>

Carrasco, J., Ibarvo, V., & Cardona, L. (s.f). Análisis del impacto de la economía social como alternativa para contrarrestar la desigualdad, desempleo y pobreza, a través de su impulso en las políticas de desarrollo social. Recuperado de:

<https://ru.iiec.unam.mx/6287/1/1.%20100-Carrasco-Ibarvo-Cardona.pdf>

Cruda Shoes. (2024). *Sustainability.* Cruda Shoes. Recuperado de:

<https://crudashoes.com/sustainability/>

Departamento de Trabajo de los Estados Unidos. (2018). *List of goods produced by child labor or forced labor*. U.S. Department of Labor.

<https://www.dol.gov/agencies/ilab/reports/child-labor/list-of-goods>

Aneiros, L. (2024). *Materialidad y color en la industria de la moda, en la búsqueda del impacto cero*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (128). Recuperado de:

[https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232024000300267&lang=es](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232024000300267&lang=es)

Ellen Macarthur Foundation. (18 de julio, 2023). *Weekday*. Recuperado de:

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/ejemplos-circulares/weekday>

Gobierno de México. (4 de mayo, 2021). *¿A qué nos referimos cuando hablamos de Economía Social?* Recuperado de: <https://www.gob.mx/inaes/articulos/a-que-nos-referimos-cuando-hablamos-de-economia-social?idiom=es>

Gobierno de México. (s.f). *Instituto Nacional de Economía Social: ¿Qué hacemos?* Recuperado de: <https://www.gob.mx/inaes/que-hacemos>

Gobierno de México. (18 de enero, 2019). *¿Sabes qué es la economía social?*

Recuperado de: <https://www.gob.mx/bienestar/es/articulos/sabes-que-es-la-economia-social?idiom=es#:~:text=La%20econom%C3%Ada%20social%20es%20el,a%20trav%C3%A9s%20del%20trabajo%20colaborativo&text=La%20Econom%C3%ADa%20Social%20es%20toda,en%20favor%20de%20la%20comunidad>

Greenpeace. (2022). *SHEIN: Ultrarrápido, ultra barato, ultra contaminante*. Greenpeace España. <https://es.greenpeace.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2022/11/schein-spain-1.pdf>

Hanbury, M. (2019). *The fashion industry emits more carbon than international flights and maritime shipping combined. Here are the biggest ways it impacts the planet*.

Business Insider. <https://www.businessinsider.com/fast-fashion-environmental-impact-pollution-emissions-waste-water-2019-10>

Hernández, D.B. (s.f). *Economía social y solidaria en México*. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca. Recuperado de:

<file:///Users/jaimeavillarreal/Downloads/1846.pdf>

Irwin, T. (2017). *The Emerging Transition Design Approach*. Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación N.73. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

La Economía Social y Solidaria y el Reto del Desarrollo Sostenible. (julio, 2014).

Recuperado de: [https://unsse.org/wp-content/uploads/2014/08/Position-Paper\\_TFSSE\\_Esp1.pdf](https://unsse.org/wp-content/uploads/2014/08/Position-Paper_TFSSE_Esp1.pdf)

Lesso, R. (2022, 4 de diciembre). *The art of reinvention: Martin Margiela's recycled garments*. Fabrics Store. <https://blog.fabrics-store.com/2022/12/04/the-art-of-reinvention-martin-margielas-recycled-garments/>

Life Is My Movie Entertainment. (2015). *The True Cost*. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=rwp0Bx0awoE>

Pinker. (21 de octubre, 2020). *Levi's Second Hand acerca a Levi's a la economía circular*. Recuperado de: <https://pinkermoda.com/levis-reciclaje-circular-denim/>

Reichart, E., & Drew, D. (2019). *By the numbers: The economic, social and environmental impacts of "fast fashion"*. World Resources Institute.

Sánchez, M.G., García, G., & Rangel, T. (s.f). *Economía social: Conceptos y prácticas como alternativa de desarrollo socioeconómico en México*. Universidad Tecnológica de Tula Tepeji. Recuperado de:

[https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5571/1sanchezestrategias\\_sustentables.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5571/1sanchezestrategias_sustentables.pdf)

Sentimiento. (2024). About. Sentimiento. Recuperado de:

<https://www.sentimiento.world/pages/contact>

The R Collective. (2017). *Mundo R*. Recuperado de:

<https://thercollective.com/pages/about-us>

Universidad Iberoamericana Puebla. (2020). *Agenda Institucional: De la reflexión a la acción*. Recuperado de:

<https://repo.iberopuebla.mx/Rectoria/agenda/files/assets/common/downloads/Agenda%20Institucional%20IBERO%20Puebla.pdf?uni=29a2fef87e32fb184e143baafef6d7df>

Vinlove, L. (2021). Ropas que importan. Utilizando el Upcycling como intervención en el sistema de la Moda e Indumentaria para transicionar hacia futuros sostenibles. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*.

Retailers ( 25 de octubre 2024) 28 % de los mexicanos compra ropa entre dos y tres veces al mes. Recuperado de: <https://retailers.mx/28-de-los-mexicanos-compra-ropa-entre-dos-y-tres-veces-al-mes/>

Ocelotl M. (31 de Julio de 2022) Fast fashion, la crisis generada por el consumismo sin freno. Recuperado de: <https://oem.com.mx/elsoldecuernavaca/tendencias/fast-fashion-la-crisis-generada-por-el-consumismo-sin-freno-19807045>

## **Imágenes.**

Figura 1 .  
Ellen MacArthur Foundation. (2023). *Recuperado de:* <https://ellenmacarthurfoundation.org>

Figura 2.

The R Collective. (2017). *Recuperado de:* <https://thercollective.com/pages/about-us>

Figura 3.  
Pinker. (21 de octubre, 2020). *Recuperado de:* <https://pinkermoda.com/levis-reciclaje-circular-denim/>

Figura 4.  
\_\_sentimiento. (2022). *Recuperado de:* [https://www.instagram.com/ \\_\\_sentimiento/?hl=es](https://www.instagram.com/ __sentimiento/?hl=es)

Figura 5.  
\_\_sentimiento. (2022). *Recuperado de:* [https://www.instagram.com/ \\_\\_sentimiento/?hl=es](https://www.instagram.com/ __sentimiento/?hl=es)

Figura 6.

\_\_sentimiento. (2022). Recuperado de:  
[https://www.instagram.com/\\_sentimiento/?hl=es](https://www.instagram.com/_sentimiento/?hl=es)

Figura 7.

Cruda\_cruda (2023). Recuperado de: [https://www.instagram.com/cruda\\_cruda/?hl=es](https://www.instagram.com/cruda_cruda/?hl=es)

Figura 8.

Cruda\_cruda (2023). Recuperado de: [https://www.instagram.com/cruda\\_cruda/?hl=es](https://www.instagram.com/cruda_cruda/?hl=es)

Figura 9.

Cruda\_cruda (2024). Recuperado de: [https://www.instagram.com/cruda\\_cruda/?hl=es](https://www.instagram.com/cruda_cruda/?hl=es)

Gráfica 1

OECD, 2021. OECD. [En línea] Available at:  
<https://www.oecd.org/espanol/estadisticas/diferencia-ingresos.htm>

Grafica 3

CONEVAL, 2023. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. [En línea] Available at:  
[https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/Informes/IEPDS\\_2022.pdf](https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/Informes/IEPDS_2022.pdf)

Gráfica 4

INEGI, 2023. Economía y sectores productivos. [En línea] Available at:  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/pib\\_pconst/pib\\_pconst2023\\_05.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/pib_pconst/pib_pconst2023_05.pdf)