

# Si Las Prendas Hablaran.

If the garment talk.

<sup>1</sup>*Karen Dayana Delgado-Villamizar*

<sup>2</sup>*Blanca Liliana Velásquez-Carrascal*

Recibido: Junio 20 de 2019 Aceptado: Agosto 6 de 2017

## Resumen

Este artículo es el resultado de la investigación bibliográfica realizada en la asignatura Metodología de la Investigación en el periodo I-2019, con el objetivo de estudiar la moda sostenible. Se exploran archivos acerca de sus orígenes, avances e iniciativas que favorecen el ambiente y a la vez aquellas que han causado daños colaterales por el uso y abuso de los recursos naturales en la industria textil; profundizando en las dimensiones: social, ambiental y económica influyentes en el desarrollo humano. El campo de interés está en la revisión documental con un eje temático principal de moda sostenible y moda ecológica. La pretensión es explicar el impacto medioambiental registrado bajo la elaboración de moda con conciencia ecológica.

**Palabras clave:** Consciencia ecológica, moda ecológica, medio ambiente, moda sostenible.

## Abstract

This article is the result of the bibliographic research carried out in the research methodology subject in the period I-2019, with the objective of studying sustainable fashion, archives are explored about its origins, advances and initiatives that favor the environment and the once those that have caused collateral damage due to the use and abuse of natural resources in the textile industry; deepening in the dimensions: social, environmental and economic influential in the human development. The field of interest is in the documentary review with a main thematic axis of sustainable fashion and ecological fashion. The conclusion aims to explain the environmental impact registered under the fashion development with ecological awareness.

**Keywords:** Ecological conscience, ecological fashion, environment, sustainable fashion.

<sup>1</sup>Estudiante de Diseño de Modas, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, kd\_delgado@fesc.edu.co, Cúcuta-Colombia

<sup>2</sup>Docente, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta-Colombia

\*Autor de Correspondencia  
Correo: c\_marulanda@fesc.edu.co.

## Introducción

Etimológicamente el concepto moda se relaciona con la modernidad, su definición, con los usos, modos o costumbres que están en boga durante un determinado período de tiempo, con especialidad en los trajes y adornos, principalmente los recién introducidos. El fenómeno moda es sobre todo un proceso de renovación constante. (Rojas, 2005). Estas tendencias repetitivas se hacen más común en la gente joven en cuanto al uso de ropa, accesorios y estilos de vida los cuales hacen una diferencia en las personas; las marcas y tendencias definen la época y los lugares donde estás son un estilo de vida.

Cada persona tiene diferentes gustos, de acuerdo al sitio, evento, edad, situación económica y tendencias marcan las pautas de modas que revolucionan en un período determinado; es por esto que las personas que viven de la “moda” deben estar innovando y renovando estilos para estar a la vanguardia de la innovación; todas estas tendencias inciden directamente con la identidad y colectiva. Se podría decir que es una manifestación del ser, identidad o estilo, influenciado por una tendencia actual en el mercado; donde esta se convierte en concedora de temas de actualidad según la especialidad a la que aplique y es donde esta logra convertirse en una especialista en temas de moda y hacer juicios y recomendar lo que según a su criterio es y será tendencia (Doria, 2012).

La moda basa gran parte de su éxito en la coincidencia entre las propuestas del mercado y las corrientes de sensibilidad del público. (García, 2014). Cuando estos factores se unen auguran el éxito de una tendencia; cuando esta se prolifera y es aceptada por el público esta se replica en el mercado otorgando grandes ganancias y reconocimientos a sus diseñadores; cuando esta tendencia empieza a disminuir sus ventas, debe ser sustituida por nuevos modelos los cuales deben marcar diferencia con el anterior para que tenga un éxito continuo.

Ciertamente, las nuevas generaciones, están en la obligación de encontrarse frente a nuevas tendencias que generan sentimientos de estar desplazados

por las nuevas modas; no obstante el hombre es un ser social y para que este sea aceptado en la sociedad, debe utilizar prendas que utilizaría su círculo social; con esto demuestra su compatibilidad y semejanzas y por ende la aceptación social. (Rojas, 2005). Los diseñadores de moda concentran su atención en hacer creaciones sorprendentes, novedosas y fuera de lo común haciendo combinaciones impactantes que sean llamativas al público para lograr el éxito esperado.

Las ciudades que marcan la tendencia en moda son Nueva York, Londres, Milán y París, allí se centra la moda internacional; Aunque ciertos mercados muestran que tienen algo que decir y qué ofrecer sin pertenecer a este circuito, como Japón, China y Brasil. En Colombia, tal vez, pueda haber alguna razón por la que sus creativos puedan compararse con los que han logrado exponerse en las más grandes ciudades del mundo. En los últimos años, se ha oído que el país está experimentando un boom creativo, o así lo ha mencionado Vanessa Rosales en su artículo para el reconocido sitio web, Business of Fashion, mencionando que después de los estragos que causó el conflicto armado en el país, lentamente, se ha visto un crecimiento de la industria, gracias a personajes como Johanna Ortiz y Vanessa Gómez con Nicolás Rivero de A New Cross, quienes a diferencia de los demás diseñadores colombianos, muestran una estética alejada del folclor nacional y que cada día más, ganan adeptos en Europa y Asia. (López, 2018).

Actualmente se habla, no de una sola moda, sino de una multiplicidad de ellas. El consumidor crea su propio estilo, el deseo de marcar la independencia del individuo por encima de la aceptación o el rechazo de la sociedad. Por eso el consumidor es cada vez más un sujeto activo en la producción de nuevos significados a través del vestido, siendo la moda la que marca una realidad efímera que define a una determinada época o estilo que se populariza entre los individuos de una sociedad. (Rubiato, 2011).

En el 2016 Colombia está representada por 6.500 empresas en la industria textil y de moda, generando 750.000 empleos en el sector textil y de moda. Aportando 28.4 mil billones de pesos como valor del mercado nacional en la industria de la moda.

Colombia es el primer exportador de confecciones en tejido plano, de ropa de control y vestidos de baño, entre otros, y según el World Competitiveness Yearbook del Institute for Management Development (IMD), la industria colombiana de sistema moda es líder en prácticas éticas y desarrollo sostenible, y segunda en prácticas socialmente responsables. (Jaramillo, 2017)

## Moda Sostenible

El origen de algunas modas tiene en muchos unos inicios curiosos. La moda sostenible, también llamada “moda ética” o “slow fashion”, es una parte de la creciente filosofía del diseño y tendencia de la sostenibilidad, cuyo objetivo es crear un sistema que pueda ser apoyado indefinidamente en términos de ambientalismo y responsabilidad social. (Listas 20 Minutos, 2012).

La moda sostenible se define como la creación de artículos que son influenciados por mejorar el impacto ambiental y social, lo que indica que todo tiene un ciclo de vida. Vogue, (2007) señala que la moda sostenible no apareció para ser una tendencia a corto plazo; sino que podría durar varias temporadas; a su vez los ambientalistas manifiestan su punto de vista solicitando a través de un porcentaje de las ganancias producidas por las ventas que se generan de los productos sean destinados a causas humanitarias. Los diseñadores de moda en la actualidad están tomando conciencia ecológica; por tanto introducen dentro de sus materiales de trabajo materias primas biodegradables y métodos socialmente responsables de la producción.

De momento, hay mucha diversidad, las personas visten con lo que más se sienten cómodas y es por eso que es importante tener presente que la moda ecológica es sinónimo de sencillez y ahí es donde está la clave, apostar por el minimalismo. (Ambriz, 2018). A partir de esto cambiar el estilo y la moda es ayudar a que una persona exprese su propia personalidad, originalidad y estilo, pero sobre todo que contribuya a cuidar el medio ambiente. La sociedad ha cambiado y la moda constituye un papel muy importante personal y socialmente. (El País, 2015). Hoy en día el nivel de diversidad incluso en la moda es notorio,

por lo que se renueva cada temporada y es individual, permitiendo que cada look sea adaptado de acuerdo a la realidad actual.

Para el año 2017 en Cúcuta, se ha logrado vincular al Clúster, 10 empresas de complementos de moda, accesorios, bisutería y bolsos, esto con el fin de realizar aunadamente actividades de formación para el mejoramiento de las técnicas del proceso y elaboración de mercancías, así como estrategias de mejoramiento para la comercialización de estos productos. El principal aliado de este Cluster es el Sena; el cual se consolida para dar respuesta a la línea de acción: formación en pro de la moda; con apuestas de formación como: como diplomados en Gerencia Competitiva para el sector moda, donde se capacitaron 60 gerentes de calzado y confecciones, diplomado implementación del sistema de salud y seguridad en el trabajo donde se capacitaron 50 empresas y cursos complementarios como: optitex, patronaje, mantenimiento de máquinas bajo la metodología TPM, confección de ropa deportiva, entre otros. (Cámara de Comercio de Cúcuta, 2017).

En la actualidad, las empresas dedicadas a la confección y moda en la ciudad de Cúcuta están mejorando su visión empresarial; lo que ha permitido que se consoliden como uno de los principales competidores a nivel nacional, con mirar de ampliar su mercado al comercio internacional. Una muestra de este crecimiento es la nueva apuesta del sector: la feria Cúcuta Moda, que comercialmente se vende como ‘Cúmo’. La industria de las confecciones y la moda de Norte de Santander se están consolidando como una de las más importantes del país. (Cámara de Comercio de Cúcuta, 2018). Cúmo reúne a los empresarios más importantes del país, que llegaron a comprar y vender. Bajó la premisa de promover el consumo de productos nacionales y evitar el aumento de las importaciones de prendas y telas, se recorre las principales ferias de confecciones del país buscando recuperar las ventas, que para este año esperar cerrar con un crecimiento entre el 15 y 20%. (La Opinión, 2018).

Sin embargo así como sube la producción, sube la contaminación como lo menciona una publicación del espectador, donde demuestra que la ciudad de Cúcuta posee el índice de calidad ambiental más bajo del país, este estudio fue realizado en 128 ciudades. Es por esto que se debe mantener la producción pero a su vez desarrollar estrategias ambientales para disminuir estos índices de contaminación de la mano de los entes territoriales de la ciudad; los cuales ya vienen trabajando en las áreas urbanas para lograr estas metas de mejoramiento. (Espectador, 2015).

En términos generales, hacer referencia a la moda ecológica es hablar de aquellas prendas fabricadas en forma natural, que no contamine el medio ambiente y no vulnere los derechos humanos de los productores esta MODA ECOLOGICA; debe convertirse en tendencia la cual sea sostenible y atractiva; siendo esta aquella rama de la industria de la moda que tiene en cuenta el coste económico, social y medioambiental que conlleva la producción de la moda. (Fernández, 2017).

Sin embargo, algunos personajes, como Ebert-Hesse, creen que el poder de permanencia de la moda ecológica está, en última instancia, en manos de los consumidores conscientes de la protección al medio ambiente, para quienes ser ecológico nunca está fuera de moda. “No es sólo una tendencia”, dijo Ebert-Hesse. “Es como una mentalidad, un estilo de vida hasta el momento. Una moda significa que ésta sólo durará por una temporada, mientras que la moda ecológica es más que una tendencia. Es como una actitud.” (Schweiger, 2009).

La moda sostenible tiene capacidad para reforzar o desarrollar la economía local a través de centros de producción próximos al consumidor consiguiendo, además, una ventaja competitiva con los recursos disponibles en ese entorno. (Fernández, 2017). La moda sostenible forma parte de un puzzle basado en el respeto por el medio ambiente, en la justicia social, y en la economía circular: La dimensión económica se centra en la preocupación por la viabilidad económica, estando en una sociedad de hiper-consumo, pero se están dando los primeros pasos en busca de un consumo más sostenible. En cuanto la dimensión social,

se basa en la preocupación por la igualdad social (justicia social) y en los derechos de los trabajadores; se trata de evitar los contratos precarios, los salarios bajos o la no representación sindical, entre otros. Por último, la dimensión ambiental se refiere a la preocupación por la estabilidad ecológica. Trata de reducirse el consumo de energía y emisión de gases de efecto invernadero, el uso de productos tóxicos en las materias primas, los residuos generados y el consumo de agua. La mejora de las prácticas medioambientales se ejecuta como respuesta a los límites de los recursos naturales y a la necesidad de buscar nuevas materias primas. (Folgueira, 2018).

La industria textil es la segunda más contaminante del mundo, por detrás de la petrolera. Esta afirmación está sustentada en datos como, por ejemplo, que el 20% de los vertidos tóxicos al agua proceden de este sector, que la fibra de poliéster tarda 200 años en descomponerse o que la producción de algodón acapara el 11% de los pesticidas y el 24% de los insecticidas utilizados en el mundo. Desde el punto de vista social, el triunfo del fast fashion, precipitado por la globalización, ha destacado por infringir sistemáticamente los derechos laborales y humanos de quienes fabrican las prendas con el fin de conseguir costes de producción cada vez más bajos. Si se reflexiona sobre estos datos es posible concluir la necesidad de reconocer, por parte de las entidades, un compromiso más allá del exigido por los accionistas de las mismas. (Fernández, 2017).

Frente a este escenario, el consumidor tiene un papel fundamental, con sus decisiones de compra, es el que tiene la llave para abrir la puerta hacia la sostenibilidad o cerrarla por completo. Todos los seres humanos están inmersos en el ciclo de la moda, por lo que los consumidores también tienen parte de responsabilidad. Es lo que se conoce como “responsabilidad social propia”. Vestirse con ropa con el total desconocimiento de la historia que hay detrás de su elaboración, hace responsables frente al impacto que producen las prendas una vez son propiedad de las personas: lavado, secado, desecho y reciclaje. Como consumidores, se busca el mejor producto en cuanto a relación calidad-precio, sin tener en cuenta las condiciones en que se fabricó, el agua que se consumió en su elaboración, o la cantidad

cantidad de contaminación que produjo su transporte. El objetivo fundamental de la moda sostenible es generar conciencia y conocimiento sobre la trazabilidad de toda las confecciones para hacerla más sostenible. (Folgueira, 2018).

Atendiendo al interés del presente estudio, se considera fundamental abordar los principales fundamentos conceptuales y teóricos que serán la base para el desarrollo de la investigación.

Inicialmente el concepto de sostenibilidad se utilizó en el Informe Bruntland en el año 1987 y fue publicado por las Naciones Unidas con el título *Nuestro futuro común*, en este se aborda el desarrollo sostenible como “Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones”. Si bien, definir sostenibilidad se vuelve complejo, debido a la posición subjetiva de cada autor, se puede destacar aquellos pilares donde se fundamenta el término, los cuales han sido y seguirán siendo: el medio ambiente, la igualdad social y la economía ambiental; todo esto subyace de mantener una armonía consigo mismo y con la naturaleza. La relación entre sostenibilidad y moda se ha convertido en el foco de atención de las ciencias sociales y lo ha hecho sobre bases teóricas innovadoras, las cuales están impulsando un futuro más sostenible para el desarrollo de la moda en la actualidad como un sistema.

Hoy, la moda se está devorando a sí misma. El concepto de moda se ha desligado completamente de los temas clave como lo era: el cambio climático, el consumo y la pobreza. Se ha convertido y ha estado más atenta a triunfar en la calle y en las pasarelas, creando productos que refuerzan las desigualdades, generando explotación laboral, así como estimulan el uso de los recursos naturales, incrementan el impacto medioambiental y generan residuos. La sostenibilidad no es simplemente una línea eco compuesta por piezas orgánicas. Esta obtiene un valor que debe integrarse en toda la actividad de una empresa o marca. Existiendo un desafío constante, el cual debe convertirse en motivación y asumirlo como tal.

El sector textil-moda ocupa un lugar importante en la industria de consumo. En el contexto de la moda rápida, se debe tratar de crear el valor sostenible, el cual puede definirse como la generación de valor para todos los actores de la cadena de valor, comunidades y entorno en el que opera la empresa, sin comprometer sus beneficios. A partir de estos se generan unos impactos positivos, empezando por la parte económica, debido a las exportaciones y la generación de empleo, con lo que se demuestra la adaptación al sistema global lo cual genera un alto nivel competitivo; otro aspecto positivo sería la parte social, el cual busca hacer llave entre el éxito empresarial y el progreso social, generando nuevos niveles de negocio, por otro lado con el impacto de la globalización se han iniciado nuevas relaciones entre objetos y consumidores; para continuar el impacto medio ambiental empieza a buscar un cambio de modelo productivo y de consumo, que elimine por completo los residuos, siendo de allí donde emerge la economía circular la cual está basada en conceptos de reciclaje y reutilización, y pretende generar riqueza a partir del potencial de los recursos que ya existen en el ciclo productivo.

De igual modo, también se generan aspectos negativos, los cuales van dejando huella con riesgos sociales, laborales y medioambientales; como se ha mencionado al ser la segunda industria más contaminante, a nivel social fomenta en las poblaciones más sensibles, la desigualdad, la pobreza y la explotación debido a la deslocalización de las grandes empresas. Añadido a esto se encuentra el nivel económico en el cual solo logra subsistir aquellos que produzcan al precio más bajo lo que puede conllevar a riesgos de sobre explotación y vulneración de los derechos laborales y si la situación se vuelve más competitiva, las medidas se vuelven extremas al tener que aumentar las horas de trabajo, reducir medidas de seguridad, y bajar los salarios; por lo que en esta se encuentra inmersa el factor negativo social, en la vulnerabilidad laboral que está expuesta por necesidad. Y la consecuencia más grave está en la producción, la cual genera el mayor impacto ambiental negativo, debido al uso de sustancias químicas tóxicas, al consumo de agua y energía o a la generación de grandes cantidades de

desechos y vertidos, entre otros. Es decir, la industria conlleva altos costes hídricos, energéticos y de contaminación. (Folgueira, 2018).

En la industria textil han surgido iniciativas Eco-conscientes por autores como Sass Brown, ECOFASHION: Moda con conciencia ecológica y social (2010) Diseño ético en la industria de la moda. Kate Fletcher, Gestionar la sostenibilidad en la moda: diseñar para cambiar (2012) autora de Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys, Investigación, asesoría y participación en iniciativas sobre moda y sostenibilidad en el mundo entero. Lynda Grose, Gestionar la sostenibilidad en la moda: diseñar para cambiar (2012) Cofundadora de ESPIRIT'S collection line, la primera colección de ropa ecológica desarrollada por una gran empresa.

Los medios digitales también han estado en línea con el tema, logrando incluir dentro de sus buscadores la moda sostenible y ecológica, lo que da paso a la exploración de iniciativas pensadas y aplicadas a favor del medio ambiente. Trapos Sucios de Greenpeace (2011) Se centra en la toxicidad de la ropa vendida por empresas reconocidas. Inditex sostenible del Grupo Inditex (2011) Ofrece ideas que permiten a grandes empresas lavar la imagen de irrespetuosas con el medio ambiente, por ejemplo, construyendo tiendas que sigan los términos de eco eficiencia o sustituir las bolsas convencionales por otras de material reciclado. The NICE consumer del Instituto Danés de Moda (2012) A partir de un método estadístico investigativo pretenden demostrar que la moda sostenible es una opción factible, haciendo una aproximación a la figura del consumidor de moda sostenible.

Igualmente existen otras ideas que por sus fundamentos logran aportes al tema sostenible; como lo es, El armario minimalista: six items or less, Proyecto 333. El cual tiene como principio, utilizar la reducción de las posesiones como un medio para liberar tiempo, energía y recursos. Swap parties: la Tienda Vacía, esta se considera la forma de donar con más estilo. ONG: Greenpeace, esta se ha centrado en el componente tóxico de las prendas, englobando el impacto para el medio ambiente y el ser humano.

Todas estas iniciativas tienen como fin mitigar los daños colaterales que la industria de la moda ha dejado en el desarrollo de actividades, sobre todo en países en vía de desarrollo. (Salas, 2018). Se vuelve fundamental para lograr el desarrollo sostenible a nivel mundial, introducir a diario cambios esenciales en la forma de consumir y producir. Debe existir un esfuerzo de parte de todos, para promover modalidades sostenibles de consumo y producción, teniendo siempre en cuenta el principio de la corresponsabilidad.

## Materiales y Metodos

En este trabajo se realizó una investigación documental la cual se define por la presentación de un escrito formal que sigue una metodología reconocida, se basa en el estudio fundado en hechos plasmados en documentos que ya fueron probados y justificados, los cuales van a ilustrar sobre el fenómeno a estudiar como lo indica (Peña, 2011).

Palella y Martins, (2012) La investigación documental se caracteriza por ser explícita en la recolección de fuentes bibliográficas; en la cual su proceso se basa en la búsqueda, el análisis crítico y la interpretación de resultados obtenidos por otros investigadores en el tema investigado; el objeto de este tipo de investigación es ofrecer aportes nuevos en el área estudiada.

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, con el fin de estudiar las cualidades y características de un fenómeno e interpretar la realidad a través de documentos y otras fuentes de información. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). De acuerdo al objetivo de la investigación se utilizó el diseño bibliográfico a nivel exploratorio, para realizar una revisión sistémica, profunda y rigurosa de las fuentes bibliográficas.

Se realizó la localización, recolección y selección de la información a través de un fichero bibliográfico y de contenido, haciendo lectura minuciosa de la bibliografía. Las fuentes principales para recopilar la información son documentos relativos al tema investigado. Las fuentes documentales pueden ser:

libros, revistas, periódicos, internet, archivos, etc. Todos aquellos documentos registrados en diferentes dispositivos físicos o electrónicos a los que se pueden tener acceso en forma directa o indirecta. (Valdivieso, 2012).

Para esta investigación se utilizaron fichas bibliográficas con el fin de encontrar el material que se necesita, plasmando los datos de la fuente de información en una ficha utilizando la técnica APA (American Psychological Association), donde se procede escribiendo los datos más relevantes, luego de escribir las fichas se clasifican por orden de importancia; También se hace uso de fichas de información electrónica las cuales se utilizan para registrar datos de una página de internet de donde se extrajo una información para la investigación. Finalmente, se tendrán en cuenta dependiendo de la información las Fichas hemerográficas donde se generan anotaciones del contenido proveniente de un artículo de periódico o revista que se utilizó para un trabajo investigativo. (Blog Definiciones XYZ, s.f.)

## Resultados y análisis

Lo que busca el estudio cualitativo es obtener datos que se conviertan en información de situaciones en profundidad, información que se recolecta con la finalidad de analizarla y comprenderla, respondiendo preguntas de investigación y generando nuevos conocimientos, este tipo de estudio no es lineal, ni tiene una secuencia estricta como el proceso cuantitativo, más bien constituye acciones que se efectúan para cumplir con los objetivos de la investigación, esta recolección implica un plan detallado de procedimientos a reunir datos específicos, por ejemplo: Determinar cuáles son las fuentes de donde se obtendrá información, la localización de estas, método o medio para la recolección y de qué forma se va analizar la información para responder al planteamiento del problema.

Para esta investigación se recopiló información ya existente sobre la moda sostenible, orígenes, evolución y avances, daños colaterales e iniciativas creadas en pro a la utilización de recursos naturales,

información que se obtuvo de más de 20 documentos, entre ellos artículos científicos, revistas, libros y trabajos académicos, los cuales proporcionaron una visión más amplia del estado del tema y permitieron tener una idea de si este avance para la moda es viable o no, como bien se sabe la moda va rápido y con ella las tendencias promoviendo el consumo masivo de ropa alrededor del mundo, año tras año se comprueba que las personas desechan más y más ropa y esto se debe a la calidad de la misma, por eso como respuesta a esta problemática varias marcas, eventos y organizaciones han promovido la moda sostenible o el slow fashion que busca reducir la contaminación, usar materia prima sostenible y dar garantías necesarias a los productores y trabajadores, sin embargo estudios sostienen que ninguna marca es 100% sostenible, pero que siempre se puede reducir de gran manera la contaminación al fabricar ropa, sin embargo la sostenibilidad es un valor de comunicación, pues si los consumidores conocieran lo que adquieren, es posible que se vuelvan más conscientes y elijan mejor sus prendas y a ello se suma la certificación de empresas internacionales para verificar que no se daña al ambiente con los productos finales, no obstante la materia prima de calidad y la paga justa de artesanos y trabajadores hacen que los costos de producción se eleven provocando en los consumidores una indecisión al momento de realizar la compra. Concluyendo así que aunque las intenciones sean las mejores, lo que sobresale ante todo es el tema económico, pues el diseño sostenible tiene menos importancia que las decisiones comerciales de una empresa que se rige por costo y velocidad.

## Conclusiones

La industria de la moda ofrece cosas buenas, sin embargo como todo lo demás, existe también su lado negativo y más si nos centramos en el daño medio ambiental que ocasiona, situaciones que han provocado prácticamente la autodestrucción del sector, debido a la gran cantidad de malos procedimientos realizados y a la numerosa suma de desperdicios diarios que tienen efectos perjudiciales para el medio ambiente y para la salud humana.

A pesar de ello, esta industria se caracteriza por la agilidad con la que responde a los cambios constantes y a menudo erráticos en su demanda, debido a que la moda cambia con rapidez, deben reestructurar constantemente las ideas productivas, sin importar el deterioro del entorno, por eso esta investigación facilito al consumidor datos importantes para su proceso y evolución, generando inquietud en la composición de las prendas que viste e involucrándolo para que quiera conocer el origen de la materia prima y el proceso de fabricación y así hacer conciencia de sí el producto que elige es respetuoso con el entorno y las personas que lo han elaborado.

La moda sostenible se ha convertido en una alternativa de diseño, que ha llegado para quedarse; esto nos demuestra la importancia de la formación en sostenibilidad en el diseño de artículos de moda, ya que los consumidores y las nuevas generaciones desean experiencias innovadoras al comprar una prenda; hay que tomar conciencia que la sostenibilidad ocupa un lugar crucial en la cultura por ser parte del comportamiento humano ya que los productos ecológicos o reciclados marcan la pauta en tendencias vanguardistas esto unido a la durabilidad hace que las prendas sean piezas únicas que pueden ser adquiridas, ya que su sostenibilidad se reflejan en el costo final de las mismas. Esto demuestra la importancia de las experiencias adquiridas en cuanto a la moda sostenible ya que esta será ambiental, social y a bajo costo. Una de las principales propuestas de la moda sostenible es observar la actuación de la naturaleza y de allí seguir algunos principios que la rigen: cooperación, simbiosis y eficiencia, sin descuidar aspectos presentes en ella tales como la ligereza, la flexibilidad y la diversidad como modo de contrarrestar el poder de una industria dominada por la estandarización.

## Referencias

Ambriz, A. (10 de abril de 2018). Índice de Precios de Moda 2018. [Mensaje en un blog]. Linio Blog co. Recuperado de <https://blog.linio.com.co/indice-de-precios-de-moda-2018/>

Blog Definiciones XYZ. (s.f.). [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.definicion.xyz/2017/09/tecnic-as-de-la-investigacion-documental.html>

Cámara de Comercio de Cúcuta. (2017). Informe de gestión. Recuperado de [http://www.cccucuta.org.co/media/transparencia\\_2017/informe\\_de\\_gestion\\_2017.pdf](http://www.cccucuta.org.co/media/transparencia_2017/informe_de_gestion_2017.pdf)

Cámara de Comercio de Cúcuta. (2018). Comenzó Cúcuta moda. Recuperado de <http://www.cccucuta.org.co/noticias-7-m/1543-comenzo-cucuta-moda.htm>

Doria, P. (2012). Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. Cuaderno 42. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 101-106

El Espectador. (30 de Octubre de 2015). Cúcuta tiene el índice de calidad ambiental más bajo del país. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/nacional/cucuta-tiene-el-indice-de-calidad-ambiental-mas-bajo-de-articulo-596162>

El País. (2015). La importancia de la moda en la sociedad actual. Recuperado de <https://estudiantes.elpais.com/EPE2015/periodico-digital/ver/equipo/542/articulo/la-importancia-de-la-moda-en-la-sociedad-actual>

Fernández, M. (2017). Moda sostenible. Análisis de su naturaleza y perspectiva futura (Tesis). Universidad de León, España

Folgueira, T. (2018). El reto de la sostenibilidad en el sector textil-moda. (Tesis). Universidad de La Coruña. España.

García, M. (2014). Moda y mercado. Datatextil. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/Datatextil/article/viewFile/287366/375595>

Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. Quinta Edición. McGraw-Hill. México.

Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. Quinta Edición. McGraw-Hill. México.

- Jaramillo, F. (24 de Julio de 2017). Obtenido de <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/moda-asi-lo-hacemos/articulo/crecimiento-de-colombia-en-la-industria-de-la-moda/533732>
- La Opinión. (5 de Julio de 2018). Cúmo, centro de moda y negocios en Cúcuta. Recuperado de <https://www.laopinion.com.co/economia/cumo-centro-de-moda-y-negocios-en-cucuta-157610>
- Listas 20 Minutos. Estilos de vida. (12 de julio de 2012). Evolución de la moda a través del tiempo. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://listas.20minutos.es/lista/evolucion-de-la-moda-a-traves-del-tiempo-337036/>
- Listas 20 Minutos. Estilos de vida. (12 de julio de 2012). Evolución de la moda a través del tiempo. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://listas.20minutos.es/lista/evolucion-de-la-moda-a-traves-del-tiempo-337036/>
- López, F. (19 de Enero de 2018). ¿Cuál es el estado de la industria de la moda en Colombia?. [Mensaje en un blog]. KIEN Y KE Moda. Recuperado de <https://www.kienyke.com/tendencias/moda/industria-de-la-moda-colombia>
- Parella, S., & Martins, F. (2012). Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas: Editorial Fedupel, 3ra Ed.
- Peña, C. (19 de mayo de 2011). En qué consisten los estudios exploratorios. [Mensaje en un blog]. ZoomBlog. Recuperado de <http://gerenciacarlos.zoomblog.com/archivo/2011/05/19/en-Que-Consisten-Los-Estudios-Explorat.html>
- Rojas, N.Y. (2005). Moda y comunicación. (Tesis). Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.
- Rubiato, A. (2011). La moda, una forma de expresión para unos, un signo de modernidad para otros. [Mensaje en un blog]. Directos rtve. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20110213/moda-forma-expresionpara-unos-signo-modernidad-para-otros/405978.shtml>
- Schweiger L. (18 de Septiembre de 2009). Aumenta demanda de moda ecológica. [Mensaje en un blog]. Made For Minds. Recuperado de <https://www.dw.com/es/aumenta-demanda-de-moda-ecol%C3%B3gica/a-4702747>
- Valdivieso, D. (2012). Estructura de la investigación documental. (Tesis). Instituto Tecnológico de Oaxaca. México.
- Vogue. (16 de mayo de 2007). Las 15 reglas de estilo. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/marzo-2007/3050>