



**Universidad de Concepción
Facultad de Ciencias Ambientales
Ingeniería Ambiental**

**Percepción de Impactos Ambientales del Consumo Textil en la
ciudad de Concepción: comportamiento de la población y
propuestas de implementación de prácticas más sostenibles**

Habilitación presentada para optar al título de
Ingeniera Ambiental

FLORENCIA BEATRIZ LEÓN ARRATIA

Profesoras guía:

Dra. Marcela Salgado Vargas

Dra. Patricia González Sánchez

CONCEPCIÓN (Chile), 2025

Percepción de Impactos Ambientales del Consumo Textil en la ciudad de Concepción: comportamiento de la población y propuestas de implementación de prácticas más sostenibles.

Habilitación presentada para optar al título de
Ingeniera Ambiental

Alumna: Florencia Beatriz León Arratia

Profesora guía: Dra Marcela Salgado Vargas

Profesora guía: Dra. Patricia González Snchez

Comisión: Dra. Mariela Yevenes Burgos

CONCEPCIÓN (Chile), 2025

"PERCEPCIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES DEL CONSUMO TEXTIL EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN: COMPORTAMIENTO DE LA POBLACIÓN Y PROPUESTAS DE IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS MÁS SOSTENIBLES"

Profesor Guía: Dra. Marcela Salgado Vargas



Profesor Co-Guía: Dra. Patricia González Sánchez



Profesor Comisión: Dra. Mariela Yevenes Burgos



CONCEPTO: APROBADO CON DISTINCIÓN MÁXIMA

Conceptos que se indica en el Título

- ✓ Aprobado por Unanimidad : (En Escala de 4,0 a 4,9)
- ✓ Aprobado con Distinción (En Escala de 5,0 a 5,6)
- ✓ Aprobado con Distinción Máxima (En Escala de 5,7 a 7,0)

Concepción, septiembre 2022

Considero que la vida en compañía es mucho más llevadera, sin duda este proceso no hubiese sido igual sin quienes me acompañaron.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	12
RESUMEN	14
1. INTRODUCCIÓN	15
1.1 Problemática	15
1.2 Hipótesis o pregunta de investigación	17
1.3 Objetivo general	17
1.4 Objetivos específicos	18
2. MARCO TEÓRICO	19
2.1 La industria textil y sus impactos	19
2.1.1 Evolución de la industria textil	19
2.1.2 El sistema lineal de producción y consumo: un modelo insostenible	20
2.1.3 Justicia ambiental e impactos sociales de la industria textil	21
2.1.4 Factores socio ambientales e impactos de la industria textil	22
2.2 Impactos ambientales de la industria textil	22
2.2.1 Consumo de agua	24
2.2.2 Contaminación del agua	25
2.2.3 Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	25
2.2.4 Consumo energético	25
2.2.5 Generación de residuos textiles	26
2.2.6 Uso de sustancias tóxicas	26
2.2.7 Deforestación	26

2.3 Hacia un modelo sostenible	27
2.3.1 Consumo sostenible y economía circular	27
2.3.2 <i>Slow fashion</i> o moda de segunda mano.....	28
2.3.3 Ropa sustentable.....	29
2.3.4 Responsabilidad compartida: Rol de empresas, consumidores, distribuidores y políticas públicas.	29
2.3.5 Situación en Chile.....	30
2.3.5.1 La problemática de las importaciones en Chile y América Latina	30
2.3.6 Normativa y regulación: Comparativa global y nacional	31
2.3.7 Estrategias de acción hacia la sostenibilidad textil en Chile	31
2.3.8 Percepción y comportamiento de consumo.....	32
2.3.9. Problemática a nivel local.....	33
3. MATERIALES Y METODOS.....	34
3.1 Área de estudio	34
3.2 Metodología.....	35
3.2.1 Analizar el comportamiento y hábitos de consumo de las personas a nivel nacional e internacional.	35
3.2.2 Identificar la percepción y hábitos de consumo de la población de Concepción con respecto a los impactos ambientales del consumo textil.....	49
3.2.3 Determinar los factores de comportamiento que influyen en el consumo de la población y/o las barreras para implementar prácticas más sostenibles.	54
3.2.3.1 Planificación y preparación.....	54

3.2.3.2 Selección de participantes.....	56
3.2.3.3 Desarrollo del grupo focal.....	56
3.2.3.4 Análisis de resultados.....	57
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	58
4.1 Análisis del comportamiento y hábitos de consumo de las personas a nivel nacional e internacional.	58
4.1.1 Identificación de conceptos clave entre países.	58
4.1.2 Distribución temporal de artículos seleccionados.	61
4.1.3 Comparación de normativa aplicada entre países seleccionados.	62
4.1.4 Principales brechas encontradas en otras regiones del mundo.	65
4.1.5 Adaptación de Soluciones y Desafíos en el Contexto Chileno	68
4.2 Identificación de percepción y hábitos de consumo de la población de Concepción con respecto a los impactos ambientales del consumo textil	69
4.2.1 Análisis descriptivo	70
4.2.1.1 Rango de edad de los/as encuestados/as	70
4.2.1.2 Distribución por género.....	70
4.2.1.3 Nivel educacional alcanzado	71
4.2.1.4 Ocupación actual de la población	71
4.2.1.5 Ingreso mensual aproximado	72
4.2.1.6 Macrosectores de la comuna de Concepción	72
4.2.2 Análisis a partir de dimensiones de la percepción	73
4.2.2.1 Dimensión cognitiva.....	73

4.2.2.2 Dimensión afectiva	75
4.2.2.3 Dimensión conductual	77
4.2.3 Análisis y sistematización de respuesta abierta	83
4.2.4 Dimensión que predomina	85
4.3 Determinar los factores de comportamiento que influyen en el consumo de la población y/o las barreras para implementar prácticas más sostenibles.	86
4.3.1 Asociación de conceptos: nube de palabras	87
4.3.1.1 Relación con resultados de la encuesta (objetivo 2)	89
4.3.2 Integración de resultados cualitativos y cuantitativos sobre barreras y soluciones para la sostenibilidad textil.....	90
4.3.2.1 Jerarquización de prácticas sostenibles	90
4.3.2.2 Jerarquización de brechas para la implementación de prácticas sostenibles ...	91
4.3.3 Temas emergentes del diálogo	93
5. CONCLUSIONES	95
6. REFERENCIAS	97
7. ANEXOS	107

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Actual sistema lineal de producción y consumo.</i>	20
Figura 2. <i>Cartografía de la comuna de Concepción.</i>	34
Figura 3. <i>Nube de palabras para la comparación de conceptos entre países.</i>	59
Figura 4. <i>Nube de palabras periodo 2006-2015.</i>	59
Figura 5. <i>Nube de palabras periodo 2016-2025.</i>	60
Figura 6. <i>Distribución temporal de artículos en el periodo 2006-2025.</i>	62
Figura 7. <i>Cantidad de artículos por país analizado.</i>	63
Figura 8. <i>Frecuencia con la que se ha escuchado el término sostenibilidad/sustentabilidad.</i>	73
Figura 9. <i>Frecuencia con la que se ha escuchado el término Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS).</i>	74
Figura 10. <i>Sentimiento o emoción más frecuente al comprar una prenda de ropa nueva.</i>	75
Figura 11. <i>Frecuencia con la que se considera el impacto que pueda tener eliminar una prenda de ropa en el ambiente.</i>	76
Figura 12. <i>Principal factor que influye en las decisiones de compra.</i>	77
Figura 13. <i>En que suelen fijarse las personas al elegir una prenda.</i>	77
Figura 14. <i>Frecuencia de compra.</i>	78
Figura 15. <i>Lugar más frecuente donde las personas compran ropa.</i>	79
Figura 16. <i>Que tan a menudo las personas analizan la necesidad de adquirir una prenda antes de comprarla.</i>	80
Figura 17. <i>Que hacen las personas con la ropa que ya no usan.</i>	81
Figura 18. <i>Qué porcentaje de personas ha comprado ropa usada.</i>	82

Figura 19. <i>Qué tan dispuestas están las personas a pagar más por ropa sostenible y de mejor calidad.....</i>	82
Figura 20. <i>Nube de palabras en torno al concepto residuos textiles.....</i>	88
Figura 21. <i>Clasificación en orden de importancia de medidas públicas para promover la moda sustentable.....</i>	90
Figura 22. <i>Clasificación en orden de importancia de brechas para la implementación de nuevas prácticas.....</i>	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Descripción de etapas más significativas de la producción textil asociadas a su impacto ambiental.....</i>	23
Tabla 2. <i>Objetivo de los principios de la economía circular.....</i>	27
Tabla 3. <i>Principales diferencias de la moda rápida y la moda de segunda mano.....</i>	28
Tabla 4. <i>Resumen sistematizado de los artículos revisados, organizado mediante base de datos en Excel.....</i>	36
Tabla 5. <i>Resumen sistematizado de artículos según región y enfoque de cada país (Centro y sur de América).....</i>	39
Tabla 6. <i>Resumen sistematizado de artículos según región y enfoque de cada país (Otros países).....</i>	41
Tabla 7. <i>Resumen sistematizado de búsqueda complementaria sobre normativa en países con mayor cantidad de artículos encontrados.....</i>	47
Tabla 8. <i>Contenidos abordados por dimensiones de la percepción seleccionadas.....</i>	50
Tabla 9. <i>Resumen sistematización de preguntas realizadas en la encuesta.....</i>	51
Tabla 10. <i>Programación grupo focal.....</i>	55

Tabla 11. <i>Cantidad de normativas encontradas para países seleccionados.....</i>	64
Tabla 12. <i>Principales brechas destacadas según nivel asignado.....</i>	66
Tabla 13. <i>Iniciativas que promueven la sostenibilidad/sustentabilidad recopiladas en pregunta abierta de la encuesta.....</i>	83
Tabla 14. <i>Perfiles de participantes constituyentes del grupo focal.....</i>	87
Tabla 15. <i>Interpretación de conceptos reunidos en nube de palabras.....</i>	88

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero dar las gracias a mis profesoras guías, Marcela Salgado y Patricia González, por confiar en mí y mis capacidades desde el primer minuto y por no dejarme sola durante todo este proceso, por la paciencia, la motivación y cada reunión que compartimos juntas donde me entregaron las herramientas necesarias para lograrlo.

A mis compañeros peludos, mi Ody, quien me acompañó parte de este proceso y cada vez que llegaba a la casa después de intensas tardes de estudio o fin de semanas lejos ahí estaba con su mirada de siempre y su colita de felicidad, sé que estuvo guiándome hasta hoy, aunque no fuera en este plano terrenal. A mi Apolo, quien llegó a la mitad del proceso y siempre estuvo ahí, largas noches de estudio a mi lado roncando, pero siempre pegado a mí, y entregándome esa felicidad que solo ellos pueden transmitir.

A mis padres, Veronica y Cesar, quienes siempre han sido un pilar fundamental en mi vida, quienes me enseñaron que no importa la situación en la que estuviéramos siempre contaría con su apoyo en cada momento en que los necesitara y quienes me recordaban constantemente lo capaz que era de lograr cualquier cosa. A mi hermano Fernando, a pesar de la distancia física nunca me dejó sola, siempre me brindó un consejo cuando lo necesite, una risa en los momentos de estrés y una película de misterio para olvidarnos de lo académico por un rato. A mi tía Marisol, quien por mucho tiempo fue como una segunda mamá para mí y me esperaba con los brazos abiertos en su casa cuando estuve lejos de la mía.

A mis amigas del colegio y de toda la vida, Anto, Cata, Javi, Monse, Vivi, quienes me demostraron que a pesar de la distancia y el paso del tiempo nunca estaría sola, nunca perdieron la fe en mí y estuvieron ahí hasta en los momentos más difíciles, ya sea a través de un mensajito de contención, escuchándome o una salida que siempre recargaba las energías.

A los amigos que me dejó este proceso universitario, Monse y Nachito, sin duda no hubiese sido igual sin ellos y estoy eternamente agradecida de que la vida nos cruzara, gracias por cada tarde de estudio llena de chismes, cada risa y cada conocimiento compartido, que la vida siga manteniendo nuestra amistad.

Y gracias a quienes fueron sumándose durante el camino y me brindaron su apoyo cuando lo necesite, y a quienes también se fueron durante el por ser un apoyo para mí en su debido momento. Todos y todas los que están aquí sin duda tienen un espacio en mi corazón y me ayudaron a crecer como persona, gracias gracias gracias.

RESUMEN

La presente investigación analiza la percepción de los impactos socioambientales del consumo y postconsumo textil en la comuna de Concepción, Chile, con el objetivo de identificar comportamientos, hábitos, barreras y oportunidades para implementar prácticas más sostenibles. El estudio surge en un contexto donde la industria textil se identifica como una de las más contaminantes a nivel mundial, no obstante, a nivel local existe escasa información sobre cómo la población entiende y enfrenta esta problemática. Por lo tanto, mediante este trabajo se busca aportar evidencia que ponga en valor el rol del conocimiento, la regulación y las acciones tanto individuales como colectivas en proceso a una moda más amigable con el medio ambiente.

El estudio se basó en tres etapas principales. En primer lugar, se realizó una búsqueda bibliográfica de artículos nacionales e internacionales con el fin de identificar iniciativas, normativas y enfoques relevantes en torno al consumo y sostenibilidad textil. La segunda etapa se basó en el diseño y aplicación de una encuesta de percepción en torno a tres dimensiones, cognitiva, afectiva y conductual, aplicada a una muestra compuesta por personas mayores de 18 años, residentes de la comuna de Concepción, con el objetivo de identificar su nivel de conocimiento y prácticas de consumo relacionadas con la moda y sus impactos. Finalmente, se llevó a cabo un grupo focal con actores clave dentro del sector ambiental, académico y ciudadano, donde se discutieron brechas, oportunidades y la percepción emergente en torno a ciertos temas, combinando hallazgos cualitativos y cuantitativos.

Los resultados revelan que, si bien existe un creciente interés por prácticas más sostenibles, aún se mantienen vacíos de conocimiento, acciones individualistas y barreras estructurales como la regulación ineficiente y el escaso acceso a opciones más responsables, además, existe una gran desconexión entre lo que la población valora y conoce y lo que realmente hacen. La reciente incorporación de los residuos textiles como prioritarios dentro de la ley REP en Chile representan una gran oportunidad, pero su éxito dependerá de cómo esta se implemente, del compromiso de todos los actores clave y la generación de instancias de concientización. Esta investigación refleja la urgente necesidad de avanzar hacia un enfoque más integral que permita enfrentar los impactos del consumo textil considerando el contexto global y las necesidades locales.

Palabras clave: Percepción, Textil, Consumo textil, Sostenibilidad, Economía circular.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problemática

Con el paso de los años, el consumo textil, y específicamente el de ropa, ha adquirido una magnitud preocupante para las personas y el medio ambiente. Hoy en día, los efectos del consumo desmedido de prendas de vestir son mucho más robustos que antes, alcanzando niveles sin precedentes, con un aumento del 400% en producción desde el año 2000 (Niinimäki et al., 2020). Esto se ve influenciado por el rápido crecimiento de la industria textil, impulsado también por las redes sociales y la cultura digital de compras impulsivas promovida por aquellos con influencia en estas plataformas (Henninger et al., 2023). Es precisamente esta falta de control lo que convierte dicho crecimiento en un factor con profundos efectos negativos.

Desde sus inicios, la industria textil se ha caracterizado por una vasta diversidad de tejidos, algunos hilados, provenientes de diferentes tipos de fibras: ya sean naturales, artificiales o sintéticas (Kdolph, 2020; Cursos Femxa, 2023). Es fundamental establecer una clara diferencia entre estas dos últimas. Las fibras artificiales, aunque derivan de fibras naturales, han sido sometidas a procesos químicos que las hacen más propensas a causar impactos negativos, los cuales varían según el proceso de producción. Sin embargo, aquellas clasificadas como sintéticas son fabricadas por el ser humano a partir de productos derivados del petróleo o gas natural. Su impacto ambiental es considerablemente más negativo, ya que liberan hasta 11 veces más microplásticos que las artificiales y persisten por siglos en el ambiente (Zambrano et al., 2023).

A partir de lo anterior, uno de los principales problemas que se ha presentado es el consumo desmedido de ropa, ligado a la falta de información por parte de las personas. Los consumidores actualmente se han visto influenciados por una práctica inherente al sistema de economía lineal, conocida como *fast fashion*. Esta ropa se caracteriza por su bajo costo y una rápida rotación en las colecciones de prendas, buscando satisfacer la necesidad de seguir las tendencias actuales (Bick et al., 2023). Sin embargo, otra de las características de este tipo de ropa es su baja calidad y poca durabilidad, lo que conlleva una producción desenfrenada, sobreexplotación y mal uso de recursos, así como impactos sociales y vulneración de los derechos humanos, incluyendo largas jornadas de trabajo, trabajo infantil, discriminación y violencia de género (Sánchez & Lafuente, 2023). Esta lógica de consumo acelerado ha intensificado el impacto ambiental tanto en la producción como en el consumo; las proyecciones indican que el consumo mundial de ropa

podría alcanzar los 102 millones de toneladas para 2030 (Ellen MacArthur Foundation, 2023), lo que solo confirma la urgencia de implementar prácticas más sostenibles y compatibles con el ser humano y el medio ambiente. No obstante, es imprescindible que dentro de estas prácticas se considere la carencia de conocimiento sobre este tema en particular, ya que muchas veces no solo es desinterés o indiferencia, sino también desinformación.

Los impactos ambientales que genera la producción y el consumo textil son también parte de un gran problema que conlleva esta industria. Entre los principales se encuentran el uso intensivo del recurso hídrico, las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), donde se destaca que la industria es responsable del 10% de las emisiones globales de carbono (Niinimäki et al., 2020), el uso de sustancias químicas dañinas para el ambiente y, sobre todo, la gran cantidad de residuos textiles. La mayoría de esta ropa es incinerada o termina en vertederos, contaminando y perjudicando los ecosistemas circundantes (Zambrano et al., 2023).

A nivel mundial, existen algunas medidas que han tomado diversos países para combatir parte de estos problemas, como es el caso de Francia, uno de los pioneros en incorporar normativas referidas al control del consumo textil. Este país fue el primero en incluir los residuos textiles como prioritarios dentro de la Ley REP, sirviendo como ejemplo para otros lugares del mundo que siguieron estas iniciativas o algunas similares (ADEME, 2022).

Al situarse en Chile, el contexto es diferente. A pesar de los avances en la integración de los conceptos de sostenibilidad/sustentabilidad y economía circular, y la reciente aprobación de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP) para los residuos textiles como categoría prioritaria (MMA, 2025; País Circular, 2025), aún persiste una falta de políticas públicas robustas y de fiscalización efectiva que regulen integralmente el consumo y posconsumo textil (UChile, 2021; País Circular, 2021). Esto se ve influenciado por la escasa presencia de campañas educativas que fomenten el consumo consciente y la falta de redes de educación ambiental en general. Por lo tanto, a todo lo anterior se suma la gran problemática de que, si bien hay un marco inicial, la implementación y fiscalización de estas normativas aún no se consolida de manera exhaustiva (BCN, 2022). Si no se genera un cambio por parte de los responsables de regular, se dificulta la posibilidad de que la comunidad quiera hacer un cambio. Asimismo, existen barreras estructurales que obstaculizan la transición a prácticas sostenibles, como la limitada oferta de alternativas responsables a precios accesibles, las importaciones masivas de textiles que, si bien poseen regulaciones aduaneras básicas, carecen de controles específicos de calidad o

sostenibilidad más allá del etiquetado (BCN, 2018; BCN, 2022), y el persistente rechazo a la compra de segunda mano, entre otras

Particularmente, en zonas urbanas como la ciudad de Concepción (región del BioBío, Chile), el consumo de ropa se ha visto influenciado por las mismas dinámicas nombradas con anterioridad, lo que podría llegar a reflejar una cultura de compra frecuente y desinformada, donde influyen diversos factores como el precio de la prenda, el diseño o accesibilidad por sobre los criterios de ética de producción/consumo y sustentabilidad. Bajo este escenario surge la necesidad de comprender en mayor profundidad como la población de Concepción percibe este problema, qué factores influyen en sus hábitos de compra y consumo y a partir de esto identificar de qué manera podrían implementarse estrategias que contribuyan a un cambio real. Esta investigación se plantea, por tanto, como una oportunidad para visibilizar brechas de conocimiento, comportamiento y percepción, entregando evidencia que contribuya tanto al debate académico como al diseño de políticas públicas y acciones educativas que apunten hacia un modelo de consumo textil más responsable.

1.2 Hipótesis o pregunta de investigación

¿Cuál es la percepción de los impactos ambientales del consumo textil en la población de Concepción y cómo se relaciona con su comportamiento de consumo?

1.3 Objetivo general

Analizar la relación entre la percepción de la población sobre los impactos ambientales de la industria y consumo textil y los comportamientos de consumo.

1.4 Objetivos específicos

- i. Analizar el comportamiento y hábitos de consumo de las personas a nivel nacional e internacional.
- ii. Identificar la percepción y hábitos de consumo de la población de Concepción con respecto a los impactos ambientales del consumo textil.
- iii. Determinar los factores de comportamiento que influyen en el consumo de la población y/o las barreras para implementar prácticas más sostenibles.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 La industria textil y sus impactos

Esta sección se introduce con la evolución de la industria textil, considerando sus orígenes artesanales hasta la actual problemática del *fast fashion* y los impactos socio ambientales que esto ha provocado. Además, se hará un análisis de cómo ha afectado en el tiempo el crecimiento desmedido de la producción y el consumo textil a partir de un modelo lineal insostenible y sus consecuencias negativas tanto para el medioambiente como para las personas.

2.1.1 Evolución de la industria textil

Desde que los seres humanos fueron capaces de pensar y valerse por sí mismos, la tela se transformó en una de las principales necesidades para ellos, siendo la segunda más primordial después de la comida. La tela es definida como la materia prima fundamental en la actividad del vestuario, donde existen de todos tipos y de diferentes fibras, las cuales se transforman en una prenda de vestir al agregarles otros productos como el hilo, botones, broches y cierres. Si bien existen ciertos materiales producidos por la industria química, lo fundamental proviene de la industria textil (Frías et al., 1987). Textil puede ser definido como “Material flexible que se compone de una red de fibras naturales o artificiales que a menudo se denominan hilo a hilo” (Castaño y Flatau, 2014), los productos textiles se forman a partir de las diferentes fibras existentes, las cuales pueden ser naturales o artificiales (Sinclair, 2014). Hasta el siglo XVII, la industria artesanal era la base de la producción textil, donde las fibras principales eran el algodón, la lana, la seda y el lino; sin embargo, con la industrialización se incorporaron nuevas tecnologías las que al mismo tiempo explotaron las nuevas características de las fibras y sus propiedades.

La industria textil es considerada la más antigua de la civilización humana (Khan et al., 2023), desde sus inicios solía adaptarse a las condiciones existentes en cada una de las épocas, pero fue a partir de la primera revolución industrial que surgieron avances tecnológicos que beneficiaron la producción y disminuyeron la demanda de mano de obra, lo que a su vez empeoró las condiciones de los trabajadores debido a las exigencias que recayeron en un menor número

de personas (Hurtado, 2017). A pesar de contribuir en gran parte a la economía mundial, el crecimiento poblacional y el aumento del nivel de vida han traído consigo un incremento en la producción y consumo textil, a nivel global, cada año se compran 80.000 millones de prendas nuevas (Bick, 2018), generando mayor demanda de recursos, mayor generación de residuos y por ende un grave deterioro ambiental.

2.1.2 El sistema lineal de producción y consumo: un modelo insostenible

Actualmente, en gran parte del mundo se mantiene un sistema lineal que no es compatible con la cantidad de recursos existentes, ya que hay altos índices de contaminación y desperdicio que en el mundo de la moda se transforman en utilizar una prenda por un periodo de tiempo muy reducido para que después todos los materiales usados sean incinerados o llevados a vertederos. A nivel mundial, el 87% de la ropa producida llega a vertederos o se incinera (Ellen MacArthur Foundation, 2017), lo que genera que exista un aumento en los conflictos sociales y sobretodo consecuencias negativas en los ecosistemas. A continuación, en la Figura 1 se presenta un esquema que abarca los conceptos principales del sistema lineal:

Figura 1.

Actual sistema lineal de producción y consumo.



Fuente: Elaboración propia a partir de (Silván-Ferrero et al., 2023).

Asociado a lo anterior, nace un término introducido por la globalización denominado *fast fashion* o moda rápida, lo cual consiste en una producción desenfrenada de ropa durante cortos periodos de tiempo con el objetivo de satisfacer la “necesidad” de renovación para cumplir con las tendencias actuales (Greenpeace, 2021). Sin embargo, quienes tienen una gran participación dentro de esto son los países del sudeste asiático, principales productores de este tipo de textil y quienes la mayor parte del tiempo deben trabajar sobre condiciones laborales inestables y en algunos casos inexistentes. Bangladesh es el segundo mayor exportador de prendas de vestir en el mundo después de China (Md. Mazedul Islam, 2013), a pesar de que esta actividad es la

base del motor económico para el país, desde hace ya bastante tiempo existe un conflicto socio ambiental que envuelve a las y los trabajadores de las fábricas textiles. Existen alrededor de 3500 fábricas textiles con 4 millones de trabajadores que ganan sueldos no equivalentes a sus horas de trabajo (Vidal, 2024), las empresas explotan a sus empleados para poder responder a las demandas de moda rápida y junto a esto se evidencia trabajo infantil, salarios injustos, desigualdad de género y abuso laboral. Por otro lado, el país presenta una escasa existencia de materia prima para la producción textil por lo que dependen en su mayoría de las importaciones (Md. Mazedul Islam, 2013), lo que limita satisfacer la producción de manera rápida y productos textiles sostenibles.

2.1.3 Justicia ambiental e impactos sociales de la industria textil

La agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos define la justicia ambiental como el trato justo y la participación significativa de todas las personas independientemente de su raza, color, origen nacional o ingresos, con respecto al desarrollo, implementación y cumplimiento de leyes, reglamentos y políticas ambientales (Kibert, 2001). Es por esto que la justicia ambiental se basa en un equilibrio entre los beneficios de protección ambiental y los impactos ambientales y sociales, garantizando que se considere a todas las comunidades vulnerables que están más expuestas a riesgos y consecuencias.

La industria de la moda se caracteriza por el elevado número de trabajadores que participa en el proceso, esto porque existe una alta demanda de mano de obra la cual en algunos casos incluye el trabajo infantil y/o situaciones de desigualdad de género. Existen establecimientos donde las condiciones son gravemente precarias, la ventilación no es la adecuada y el personal debe trabajar alrededor de polvo y sustancias tóxicas por tiempos irracionales (Bick, 2018), además trabajan superando las 14 horas seguidas con salarios mínimos y desproporcionados. Un ejemplo de estas condiciones ocurre en la India, donde al menos 1 de cada 7 trabajadoras sufre abuso sexual en el trabajo (Clean Clothes Campaign), existiendo muchos otros casos alrededor del mundo.

La industria textil agrava las desigualdades mundiales, ya que la mayor parte de los impactos ambientales recae en los países del Sur Global, los cuales se ven mayormente afectados por las partes más contaminantes del proceso productivo. Estas regiones presentan una regulación ambiental inferior y altos índices de vulnerabilidad socioeconómica (Niinimäki, K., et al., 2020),

siendo afectadas por aspectos como la contaminación del agua, la sobreexplotación de recursos naturales y las condiciones laborales precarias. A esto se le añaden las importaciones masivas de residuos textiles que provienen del Norte Global, que aumenta la presión sobre los sistemas de gestión de estos desechos y satura los mercados locales. Por lo tanto, mientras los países más “ricos” se benefician del acceso a productos textiles de menor costo y rápida rotación, las comunidades más pobres asumen tanto los costos sociales como ambientales de este modelo de producción.

Lo anterior permite evidenciar que las injusticias ambientales ocurren continuamente, entendiendo que para lograr una industria textil más justa es necesario abordar los impactos que esta conlleva considerando desde la producción hasta el consumo.

2.1.4 Factores socio ambientales e impactos de la industria textil

Existen una serie de factores socioambientales que influyen en la problemática de injusticias ambientales. Por un lado, están las desigualdades sociales y económicas que pueden afectar a los trabajadores mediante la explotación laboral, pero también a la población que vive en zonas más vulnerables y está expuesta a los residuos pos consumo. Por otro lado, las regulaciones ambientales ineficientes o la ausencia de ellas influyen significativamente en el control de factores que limitan las prácticas más sostenibles (Ellen MacArthur Foundation, 2023). Estos factores interactúan creando ciclos de inequidad ambiental donde los costos ecológicos y sociales son externalizados hacia poblaciones marginadas (Bick et al., 2023).

2.2 Impactos ambientales de la industria textil

La letra k) del artículo 2° de la Ley N°19.300 define impacto ambiental como “la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividades de un área determinada” (BCN, 2010), por lo que la industria textil considera diversos impactos ambientales en su transcurso.

El proceso empleado para la obtención de prendas de ropa o productos textiles se caracteriza por su alto nivel de contaminación y degradación ambiental a nivel global, si bien no todas las

etapas tienen igual impacto, cada una de ellas produce consecuencias para el medio ambiente. Las fases de la fabricación textil abarcan desde la producción de la fibra, producción de la prenda, transporte y comercialización, uso y el final de su vida útil. Sin embargo, también estas etapas pueden dividirse en dos grandes fases; la primera es la fabricación del tejido que involucra hilatura, tejeduría, tintura y acabados y por otro lado la segunda fase que corresponde a la confección del producto con el tejido ya elaborado (García, 2021). Conociendo el ciclo de vida y las etapas de una prenda de ropa se puede identificar el impacto de cada una de ellas y de esta manera es más fácil poder identificar una alternativa para disminuir las consecuencias. Cabe destacar que las etapas con mayor grado de impacto son la obtención de materias primas, producción y post consumo. A continuación, se presenta una la Tabla 1, la cual contiene estas etapas, junto a sus impactos ambientales principales.

Tabla 1.

Descripción de etapas más significativas de la producción textil asociadas a su impacto ambiental.

Etapas del proceso	Impacto ambiental	Descripción
Extracción de materias primas	Disminución del recurso hídrico. Disminución en la calidad de agua. Aumento de las emisiones de GEI. Alteración de los suelos por uso de sustancias tóxicas.	Cultivo de algodón y producción de fibras sintéticas. Principalmente uso de pesticidas y fertilizantes para el cultivo de fibras como el algodón. Indirectamente en el transporte de materias primas y producción de fertilizantes. Uso de pesticidas, fertilizantes y otras sustancias químicas.
Hilatura, tejido, teñido y confección	Disminución del recurso Hídrico. Deterioro de la calidad de agua. Aumento en el consumo energético.	Proceso de lavado, blanqueado y teñido. Vertido de aguas residuales, principalmente con tintes. Proceso de lavado, blanqueo y teñido.

	Aumento de emisiones de GEI.	Consumo de energía en producción.
	Aumento de generación de residuos textiles.	Residuos de fibras y otros materiales en la fabricación.
Post consumo	Aumento de emisiones de GEI.	Emisiones por descomposición de residuos en vertederos.
	Disminución de la calidad del recurso hídrico.	Lixiviados de tintes y otros productos químicos.
	Deterioro y/o pérdida de composición del suelo.	Lixiviados de tintes y otros productos químicos.
	Aumento de generación de residuos sólidos.	Acumulación de residuos sólidos, principalmente en vertederos.

Fuente: Elaboración propia a partir de Azambrana, F. M. (2017).

El panorama a nivel mundial con respecto a los impactos ambientales de la industria de la moda es bastante grave, el consumo y el desperdicio de ropa ha aumentado el doble aproximadamente desde el año 2000 hasta el año 2015 (Ellen MacArthur Foundation, 2017), teniendo en cuenta además que la producción de fibras se ha duplicado los últimos 20 años y la población solo se ha incrementado en un 25%. Esto indica que el aumento de producción y consumo no son proporcionales al crecimiento de la población, lo que a su vez genera que sea más difícil controlar la situación debido al aumento desenfrenado de volúmenes de ropa.

Entre los principales impactos ambientales asociados a la industria textil se encuentran:

2.2.1 Consumo de agua

Uno de los principales aspectos en la industria textil es el consumo de agua, principalmente en la etapa de producción, para el cultivo de algodón, otras fibras y en la fase de tintura y acabado del tejido (Enric Carrera i Gallisa, 2017), para esto se usan 93.000 millones de m³ al año, lo que corresponde al 4% de extracción a nivel mundial. Se estima que para la producción de una polera de algodón se necesitan aproximadamente 2700 litros de agua, lo que es equivalente a lo que una persona toma en dos años y medio, cifra bastante preocupante debido a la escasez actual del recurso hídrico que se está viviendo a nivel mundial. Además, no solo se considera el agua

utilizada en el proceso de elaboración del producto, sino que también es fundamental considerar lo que se utiliza desde los hogares para mantener la ropa en buen estado.

2.2.2 Contaminación del agua

El agua y los océanos están constantemente siendo afectados por la industria textil, se estima que cada año llegan al mar 8 millones de toneladas de basura de las cuales un 35% corresponde a microplásticos provenientes del lavado de ropa sintética (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Además, el agua potable se ve afectada por el uso de tintes y productos para el acabado de la ropa, lo que influye en el 20% del agua potable a nivel mundial.

2.2.3 Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

La industria de la moda produce el 10% de las emisiones de carbono a nivel mundial (Ellen McArthur Foundation), emitiendo también 1,200 millones de toneladas de GEI. Este es un pronóstico que debe modificarse lo antes posible, ya que de lo contrario se estima que para el año 2050 la industria textil estaría utilizando más del 26% del presupuesto dispuesto para el carbono (Niinimäki et al., 2022).

2.2.4 Consumo energético

Durante todo el proceso de elaboración de prendas de ropa se utiliza energía, desde el inicio hasta el final de su ciclo de vida. Sin embargo, considerando que existen las fibras naturales y las sintéticas, estas últimas se utilizan en mayor cantidad por lo que su consumo energético es mayor y generan también una cantidad de CO₂ superior, por ejemplo, el poliéster domina el 65% del mercado textil (Textile Exchange, 2022) y su producción requiere 125 MJ de energía por kg.

2.2.5 Generación de residuos textiles

La gestión de residuos textiles es un tema bastante problemático, esto considerando que el 87% de la fibra usada en prendas de vestir termina en vertederos o incinerada (Ellen MacArthur Foundation, 2017), además de toda la ropa que ya no tiene uso menos del 50% es reutilizada o reciclada. Esto último evidencia aún más los cambios en los patrones de consumo que se anteponen a un panorama de aumento de producción y por lo tanto aumento de residuos.

2.2.6 Uso de sustancias tóxicas

La ropa fabricada en la industria de la moda depende netamente de una gran cantidad de recursos no renovables, cada año son aproximadamente 98 millones de toneladas incluyendo petróleo para las fibras de plástico y para el cultivo de algodón 200.000 toneladas de pesticidas y 8 millones de fertilizantes (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Además, todo el proceso de confección de la ropa incluye el uso de más de 1 millón de colorantes y 7 millones de químicos.

2.2.7 Deforestación

Para la producción de materiales como el lyocell o la tela viscosa, se cortan alrededor de 100 millones de árboles cada año, contribuyendo a la deforestación de bosques de alta antigüedad, los que algunos además están en peligro de extinción (Ellen MacArthur Foundation, 2017), afectando también a la pérdida de biodiversidad y hábitats que ahí se encuentran. A pesar de que los impactos ambientales son presentados de forma individual, estos se interconectan y refuerzan entre ellos, ya que plantean importantes desafíos de sostenibilidad para el medio ambiente y el bienestar de las personas, por lo que es de suma importancia promover prácticas justas a partir de un enfoque integral.

2.3 Hacia un modelo sostenible

A continuación, se abordará la necesidad imperante de transitar hacia un modelo de consumo sostenible y una economía circular, con un enfoque particular en la industria textil. Se destacará la crucial importancia de las etapas de consumo y post-consumo textil, exponiendo los principios fundamentales de la sostenibilidad y la economía circular. A partir de estos, se introducirá el concepto de *slow fashion* como una alternativa consciente frente al *fast fashion*, diferenciando claramente entre la ropa sustentable y la ropa de segunda mano. Finalmente, se realizará un análisis exhaustivo del rol que desempeñan las empresas, los consumidores y los distribuidores en este cambio de paradigma, examinando su relación con las políticas públicas existentes y los conceptos clave de la sostenibilidad.

2.3.1 Consumo sostenible y economía circular

Lo anterior es solo más evidencia de lo necesaria que es la implementación de tecnologías más eficientes que les entreguen el valor correspondiente a los recursos, pero por sobre todo la puesta en marcha de un sistema que sea compatible con nuevas estrategias de consumo sostenible. La sostenibilidad se define a partir de diversas ideas que involucran actitudes, intenciones y comportamientos a favor de la preservación de los recursos naturales y el medio ambiente, pero considerando también un equilibrio con la economía y el bienestar de las generaciones presentes y futuras (Silván-Ferrero et al., 2023). Además, para lograr la sostenibilidad con respecto a la industria textil es fundamental el paso de un modelo lineal a uno ligado a la economía circular, ya que ésta se enfoca en mantener el valor de los productos y servicios utilizando la menor cantidad de recursos posibles y considerando su ciclo de vida, que estos sean utilizados desde que se crean hasta que el ciclo llegue a su fin. Los principios de la economía circular se identifican como reducir, reutilizar y reciclar y son definidos en la Tabla 2.

Tabla 2.

Objetivo de los principios de la economía circular.

Reducir	Disminuir la cantidad de residuos generados, reduciendo el consumo energético, de recursos y materiales.
Reutilizar	Utilizar los productos y/o materiales luego de finalizar su primer ciclo de vida, ya sea dándole otro uso o fabricando algo nuevo.

Reciclar

Transformar los residuos de un producto en uno nuevo o en otros materiales, a partir de diferentes procesos.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Silván-Ferrero et al., 2023) y Environmental Protection Agency (EPA).

2.3.2 *Slow fashion* o moda de segunda mano

Transformar el enfoque de la industria textil a uno que sea circular y sostenible es importante para poder combatir las consecuencias ambientales y sociales que deja el actual sistema, considerando que la moda rápida se convirtió en un problema que muchos prefieren ignorar antes de evitar los riesgos que esto conlleva, ya sea por no tener otra alternativa, desinformación o simplemente desinterés. Es por esto que surge el concepto de moda de segunda mano o *slow fashion*, el cual consiste en la venta de ropa usada para poder aumentar la vida útil de los productos, sin embargo, la moda sostenible implica un exigente trabajo desde que se diseña la prenda, se produce y comercializa, hasta que se reutiliza, repara y se recicla el producto y sus elementos. Para reafirmar el argumento de aumentar el uso de ropa *slow fashion* como una práctica más sostenible, se adjunta la Tabla 3 con las principales diferencias entre la moda rápida y la moda de segunda mano.

Tabla 3.

Principales diferencias de la moda rápida y la moda de segunda mano.

Moda rápida	Moda de segunda mano
Producción masiva y a gran escala de prendas nuevas.	Producción a mediana y baja escala, más controlada y reutilizando prendas existentes.
Precios bajos y accesibles.	Variabilidad en los precios, principalmente más económicos que las prendas nuevas.
Los diseños satisfacen las tendencias y cambian constantemente.	Piezas únicas y “vintage”, variedad de estilos y épocas.
Alto impacto ambiental.	Menor impacto ambiental.

Fomenta patrones de consumo insostenibles. Promueve el consumo consciente y la disminución de residuos.

Prendas de poca durabilidad debido a la baja calidad de los materiales. Calidad potencialmente mejor y más duradera, materiales diversos.

Fuente: Elaboración propia a partir de Amengual, J. (2016) y Hurtado, M. L. (2017).

2.3.3 Ropa sustentable

A partir de lo anterior, es importante hacer la diferencia entre ropa de segunda mano y ropa sustentable. Esta última se caracteriza por ser diseñada, producida y comercializada bajo estándares de la sostenibilidad ambiental y social, donde se utilizan materiales orgánicos y/o reciclados, procesos de bajo impacto y garantizando condiciones laborales justas durante todo el proceso (Niinimäki, 2019; Fletcher, 2020). Uno de los propósitos de este tipo de producto es disminuir la huella ecológica mediante estrategias influenciadas por la economía circular, como el diseño para la durabilidad y el reciclaje (Ellen MacArthur Foundation, 2021). La ropa de segunda mano, como fue definida anteriormente, es aquella que independientemente de su origen, se reintroduce en el mercado para extender su vida útil y así disminuir la demanda de producción nueva (WRAP, 2022). Mientras que el *slow fashion* contribuye a la problemática desde la fase de postconsumo, la ropa sustentable actúa desde la producción.

2.3.4 Responsabilidad compartida: Rol de empresas, consumidores, distribuidores y políticas públicas.

A partir de lo anterior, es posible definir ciertos roles para cada uno de los agentes involucrados en el ciclo de vida de un producto textil y como su participación influye en un proceso más sostenible a lo largo del tiempo. En primer lugar, la empresa y productores deben ser capaces de diseñar productos que prioricen la durabilidad y el uso limitado de recursos, implementando tecnologías que minimicen los impactos ambientales negativos y los patrones de consumo insostenibles. Para esto la transparencia hacia los consumidores es fundamental, ya que es necesario que estos conozcan el origen de los productos y sus condiciones de producción. Por otro lado, es responsabilidad de los consumidores elegir aquellos productos que sean sostenibles y duraderos para al mismo tiempo incentivar a las empresas a seguir el mismo modelo de prácticas, además reducir el consumo y que este sea consciente y satisfaciendo idealmente las

necesidades. Sin embargo, también están los proveedores y distribuidores, en el caso de estos últimos su rol es más importante de lo que se cree. Los distribuidores deben ser capaces de liderar la cadena de producción sostenible, siendo el nexo entre proveedores y consumidores (Silván-Ferrero et al., 2023), priorizando la venta sostenible y ética, optimizando el transporte e incorporando sistemas que aporten en la gestión de residuos.

2.3.5 Situación en Chile

2.3.5.1 La problemática de las importaciones en Chile y América Latina

Desde la década de los 80, el retail ha tenido un rol importante en los ingresos del país, llegando a representar cerca del 20% del PIB (Department, 2024), a partir del año 2022 e influenciado por la pandemia del COVID-19, las compras de retail vía web se incrementaron, donde los rangos etarios que más compran ropa en línea están entre los 30-39 años, destacando el género femenino por la compra de zapatos. Por otro lado, las importaciones cumplen un rol fundamental dentro de la industria de moda chilena, las cuales hasta el año 2022 eran valoradas por 4.000 millones de dólares estadounidenses (Department, 2024), de las cuales también se considera la ropa de segunda mano que podría alcanzar las 260.000 toneladas para el año 2026.

Las importaciones se han transformado en un grave problema ambiental para el país, ya que al convertirse en un exceso se vuelve insostenible con el tiempo debido a los vertederos ilegales que se forman. Cabe destacar que un vertedero es definido como un lugar o sitio no autorizado ni adecuado para la disposición de residuos sólidos, donde se acumulan desechos de manera descontrolada (BCN, 2022), los cuales se han visto en rápido aumento los últimos años.

Uno de los casos más graves en Chile es el del Desierto de Atacama, el cual se ha convertido en el basurero del mundo, pues ahí se desechan miles de toneladas procedentes de Estados Unidos y Europa. De las 59.000 toneladas que ingresan al país, el 15% es llevada a tiendas de segunda mano, pero el 85% va a parar a vertederos clandestinos (De Vettori Dorador et al., 2022), por lo que es de suma importancia incorporar normativas que regulen los residuos textiles considerando que tanto los vertederos como los residuos textiles son un problema de injusticia ambiental (DeVoy et al., 2021).

2.3.6 Normativa y regulación: Comparativa global y nacional

La normativa y regulación ambiental con respecto a prácticas de consumo o control de importaciones es bastante escasa tanto a nivel mundial como nacional, sin embargo, el panorama global es un poco más amplio. Un ejemplo de esto es una iniciativa realizada en Francia, donde en 2020 se adoptó la Ley de economía circular y antiresiduos, la cual busca poder eliminar los desechos y contaminación desde la etapa de diseño y transformar el sistema de producción, distribución y consumo de un modelo económico lineal a uno circular (Ellen MacArthur Foundation, 2022). Algunas medidas adoptadas dentro de esta iniciativa consideran la prohibición de la destrucción de textiles no vendidos, la responsabilidad extendida del productor (Ley REP) y etiquetado para los consumidores.

A pesar de existir algunos casos avanzados como el de Francia, aún persisten numerosos vacíos en la normativa y regulación a nivel mundial para el control del consumo y/o las importaciones textiles. La mayoría de las regulaciones existentes se centran predominantemente en la seguridad y el etiquetado de los productos, o en la gestión general de residuos, sin abordar de forma integral la problemática del consumo desmedido. Es en este contexto que, si bien Chile ha dado un paso significativo con la reciente aprobación de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP) para los residuos textiles, aún existe un gran vacío en la implementación y fiscalización de normativas que permitan un control más exhaustivo. Por lo tanto, es crucial estudiar la relación entre este marco normativo en evolución y los comportamientos y hábitos de consumo, y cómo estos deberían regularizarse para establecer un registro de información confiable que pueda ser analizado y utilizado para futuras políticas.

2.3.7 Estrategias de acción hacia la sostenibilidad textil en Chile

Según el artículo 1° de La Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP), esta tiene por objeto disminuir la generación de residuos y fomentar su reutilización, reciclaje y otro tipo de valorización, a través de la instauración de la responsabilidad extendida del productor y otros instrumentos de gestión de residuos, con el fin de proteger la salud de las personas y el medio ambiente (BCN, 2016), además, existen otras dos líneas de acción por parte del MMA para contribuir al control de textiles. Una de estas es la Estrategia de Economía Circular para Textiles, la cual comienza su proceso de elaboración en julio del año 2023 con el objetivo de prevenir, reducir y prolongar la vida útil de los recursos a partir de ciertas acciones que estén basadas en

una economía circular. Esta práctica cuenta con la participación de diferentes actores relacionados al sector textil y con otros instrumentos como talleres y encuestas que consideran la percepción de la ciudadanía, ya que a partir de esta información e insumos se elaboró un anteproyecto para consulta ciudadana (MMA, 2024). La segunda línea de acción que se quiere incorporar son los acuerdos de producción limpia (APL) “Economía circular en prendas de vestir de primera mano”, su objetivo se centra en un modelo de gestión de residuos que impulse una industria textil más sostenible y a su vez apoye la incorporación de residuos textiles a la ley REP, las acciones y metas que incluye este acuerdo están siendo incorporadas actualmente, desde el 13 de noviembre del 2023.

2.3.8 Percepción y comportamiento de consumo

La percepción se define como una forma de pensamiento o una conducta inmediata, lo que puede convertirla también en un sinónimo de la conciencia (Castilla, 2006), por lo que a partir de esta definición se entiende que la percepción de impactos ambientales no implica sólo un conocimiento intelectual, sino que también una respuesta emocional y conductual que podría llegar a influir en las decisiones y hábitos de consumo por parte de la población y la adopción de prácticas más sostenibles.

A pesar de que existen algunas medidas y prácticas más sostenibles en proceso o por integrarse, esto no es suficiente ya que la tendencia actual de la moda rápida estimula a la gente a comprar más ropa y deshacerse de ella en menos tiempo, lo que está generando grandes volúmenes de residuos textiles (Michaud et al 2010). Es importante evaluar qué es lo que motiva a la gente a consumir ropa, a seguir los patrones de consumo que se están eligiendo y cómo esto afecta en la calidad del medio ambiente, la gestión de residuos textiles es un tema que crece cada vez más, considerando los ODS y el compromiso que tiene Chile para contribuir a esta causa (ONU, 2016).

Los patrones de consumo pueden deberse a diversos factores, ya sea demográficos, socioeconómicos, ambientales, género, entre otros, los cuales son determinantes en el nivel de impacto de los textiles. Es por esto que es fundamental conocer la percepción de las personas con respecto a las prácticas desarrolladas y su nivel de conocimiento sobre el grave problema ambiental que genera el consumo textil en Chile hasta hoy.

2.3.9. Problemática a nivel local

Concepción, ubicada en la región del Biobío, es una de las ciudades más importantes y pobladas de Chile, con 230.375 habitantes (INE, 2024). Su relevancia no solo radica en su extensión territorial, sino también en su papel como centro urbano, educativo y comercial del sur del país. Históricamente, la ciudad contó con una presencia destacada en la producción textil nacional; sin embargo, en las últimas décadas esta actividad ha experimentado un marcado declive, principalmente debido al aumento de las importaciones de prendas desde el extranjero, especialmente de países asiáticos.

A pesar de esta disminución en la producción local, el consumo de ropa en la ciudad no ha presentado una tendencia similar: por el contrario, se observa un crecimiento en la oferta de tiendas de moda, tanto de grandes cadenas como de pequeños comercios, lo cual refleja una demanda persistente y en aumento. Esta contradicción entre producción y consumo genera una presión ambiental significativa, alimentada por prácticas de consumo desmedido, muchas veces motivadas por la moda, la inmediatez o los bajos precios, más que por una necesidad real. En este contexto, la falta de información y conciencia ambiental en la ciudadanía se convierte en un factor clave que profundiza la problemática.

Comprender el comportamiento de la población frente al consumo textil es fundamental para analizar cómo se perciben los impactos ambientales y qué elementos influyen en las decisiones de compra. Esto no solo permite visibilizar vacíos de conocimiento o sensibilización, sino también sentar las bases para diseñar estrategias de intervención contextualizadas a la realidad local. Promover prácticas sostenibles implica conocer las barreras y oportunidades específicas del entorno social y cultural. Como señalan Silván-Ferrero et al. (2023), un consumidor sostenible es aquel que reduce, o incluso elimina, la necesidad constante de renovación en su vestuario, guiando su consumo por la funcionalidad, durabilidad y el impacto ambiental de las prendas.

Aunque Chile no figura entre los principales productores textiles a nivel global, el desafío radica en la transformación de los patrones de consumo en ciudades como Concepción, donde la desinformación, el escaso acceso a alternativas sostenibles y la falta de políticas específicas generan un entorno propicio para la continuidad de prácticas insostenibles. Por ello, resulta esencial fomentar la educación ambiental, incentivar modelos de economía circular e integrar a la ciudadanía en la construcción de soluciones efectivas para enfrentar esta problemática.

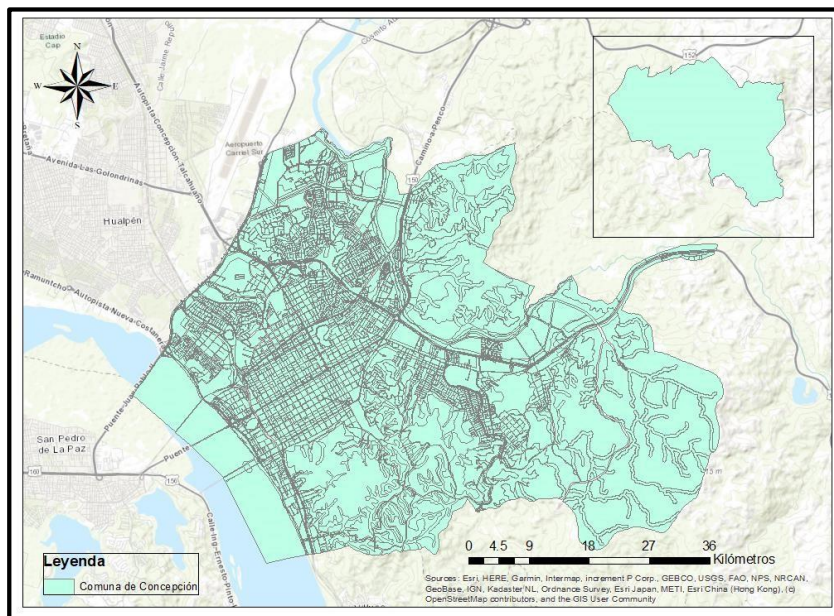
3. MATERIALES Y METODOS

3.1 Área de estudio

La presente investigación tiene como objetivo general evaluar la relación entre la percepción de la población sobre los impactos ambientales de la industria textil y los comportamientos de consumo. Para esto se tiene como foco de estudio la población de la comuna de Concepción, la cual tiene un total de habitantes igual a 230.375 (INE, 2024). Es fundamental entender que la selección de esta comuna para ser estudiada se justifica principalmente ya que al ser la segunda ciudad más grande de Chile es un importante centro urbano y universitario, con una amplia variedad de tiendas de ropa que abarcan grandes cadenas de fast fashion hasta pequeños comercios locales, lo que puede involucrar diferentes patrones de consumo, percepciones diferentes y una necesidad de satisfacer la falta de estudios respecto a la problemática. La Figura 2 expone un mapa con el área de estudio correspondiente a la zona de Concepción a evaluar.

Figura 2.

Cartografía de la comuna de Concepción.



Fuente: Elaboración propia a partir de Software ArcGis.

3.2 Metodología

En función de los objetivos específicos definidos previamente, el estudio se llevará a cabo en tres etapas consecutivas, cada una diseñada para abordar de manera ordenada los distintos aspectos contemplados en la investigación.

3.2.1 Analizar el comportamiento y hábitos de consumo de las personas a nivel nacional e internacional.

Para poder analizar el comportamiento y hábitos de consumo de las personas a nivel nacional e internacional, fue necesario en primer lugar realizar una revisión bibliográfica para reconocer los aspectos principales que engloban este objetivo y a su vez justifiquen la metodología seleccionada. Se establecieron criterios previos para la búsqueda de artículos, comenzando por la identificación de palabras clave como *textile consumption*, *fast fashion*, *sustainability*, *perception*, entre otras. Esta selección permitió acotar y orientar los resultados a investigaciones pertinentes para la temática abordada. Posteriormente, se definió un rango temporal entre los años 2006 y 2025, tomando como punto central el año 2015, momento en que se aprobaron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, s.f.), lo cual permitió generar una comparación entre el antes y el después de dicho hito.

La búsqueda se realizó en bases de datos académicas como *ResearchGate*, *ScienceDirect*, *Scopus* y *Web of Science*, seleccionando artículos en inglés y español. Otro criterio relevante fue la inclusión de estudios provenientes de seis países de América Central y del Sur (Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú y Ecuador) y dieciséis países del resto del mundo (Alemania, Francia, Italia, España, Reino Unido, Estados Unidos, India, China, Polonia, Suecia, Finlandia, Hong Kong, Bangladesh, Arabia Saudita, Corea del Sur y Turquía), con el objetivo de comparar las acciones, normativas y contextos vinculados al consumo textil con el caso chileno.

En una primera instancia, se seleccionaron 52 artículos, sin embargo, al aplicar simultáneamente los tres criterios mencionados, algunos artículos fueron descartados por no precisar su contexto geográfico o no tener relación directa con la temática pese a coincidir en los conceptos clave. Finalmente fueron considerados 45 artículos, los cuales fueron organizados en una tabla general (Tabla 4) tras aplicar el primer filtro, se utilizó un segundo filtro que permitió organizar la información en dos tablas comparativas según la región y el enfoque de cada país (Tablas 5 y

6), a continuación, se presenta un extracto de cada una de ellas, las tablas completas se encuentran en los Anexos N°1, N°2 y N°3. Además, cabe destacar que para este proceso se utilizó el software Microsoft Excel para la sistematización de datos y Endnote para la gestión de referencias bibliográficas.

Tabla 4.

Resumen sistematizado de los artículos revisados, organizado mediante base de datos en Excel.

N°	Nombre del artículo	Autor/a	Año	País	Enfoque metodológico	Conceptos clave
1	Consumo de moda y derechos humanos desde la perspectiva del consumidor/Fashion consumption and human rights, from a consumer perspective	Carolina Albanese	2023	Argentina	Análisis documental/Revisión bibliográfica.	Moda, Belleza, consumo, Consumidores, Derechos, Información, Vulnerabilidad, Libertad, Derecho humano.
2	Prácticas de gestión de residuos textiles posconsumo de la industria textil en el contexto de la economía circular: un análisis de la literatura/Practices for garment industry's post-consumer textile waste management in the circular economy context: an analysis on literature	Pedro Seolinos Santos1, Lucila Maria de Souza Campos	2021	Brasil	Revisión de literatura.	Gestión de residuos textiles, Industria de la confección, Economía circular.
3	Encuesta Europea sobre moda y consumo responsable/ Consumer survey report. A baseline survey on EU consumer attitudes to sustainability and supply chain	Fashion revolution	2019	Unión europea (Alemania, Francia, Italia, España, Reino Unido)	Encuesta online.	Moda, Consumo responsable, Impacto social, Impacto medioambiental.

	transparency in the fashion industry						
4	Residuos textiles post-consumo y eliminación: Diferencias según factores socioeconómicos, demográficos y minoristas/ Post-Consumer textile waste and disposal: Differences by socioeconomic, demographic, and factors	Julia E. DeVoy a,* , Elizabeth Congiusta a, Dielle J. Lundberg b, Sarah Findeisen a, Sunand Bhattacharya a	E. 2021	EE.UU	Se realiza un análisis con datos oficiales de 67 condados de Florida para ver cuántos residuos textiles se generan, cuánto se recicla y donde están los vertederos.	Residuos textiles posconsumo, Economía circular, Justicia ambiental, Fast fashion, Comportamiento del consumidor.	
5	Una perspectiva ambiental sobre el consumo de ropa: segmentos de consumidores y sus patrones de comportamiento/An Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments and Their Behavioral Patterns	Wencke Gwozdz *, Kristian Steensen Nielsen y Tina Müller	2017	Alemania, Polonia, Suecia, EE.UU	Encuesta a gran escala, Análisis estadístico comparativo, análisis de segmentación.	Consumo de ropa, Segmentación del consumidor, Impacto ambiental, Países occidentales.	
6	Explorando una alternativa a los residuos textiles chilenos: Evaluación de la huella de carbono de un proceso de reciclado textil/ Exploring an alternative to the Chilean textile waste: A carbon footprint assessment of a textile recycling process	Lorena A. Espinoza Péreza,b, Andrea T. Espinoza Péreza,b,* , Óscar C. Vásquez,a,b	2022	Chile	Análisis de Ciclo de Vida.	Residuos textiles, Huella de carbono, Chile, Economía circular.	
7	Aumento de la circulación textil: consecuencias y requisitos/ Increasing textile	Helena Dahlbo,a,* , Kristiina Aaltob, Hanna	2017	Finlandia	Análisis de Ciclo de Vida, Análisis de políticas, Análisis de flujo de materiales.	Textil, Residuos textiles, Reutilizar, Recuperación, ACV, Medidas de política.	

8	circulation— Consequences and requirements Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de moda sostenible/ Sustainability and circular economy in the textile sector: analysis of consumption of secondhand clothing as a sustainable alternative.	Eskelinena, Hanna Salmenperäa Padro Silván Ferrero a, Pablo Silván-Martínez b, Juan Antonio Trespalcios c, Iciar Fernández Sedano	2023	España/Europa	Encuesta y revisión bibliográfica.	Sostenibilidad, Economía circular, Segunda mano, Textil, ODS.
9	Evaluación del impacto ambiental de las fibras naturales y sintéticas: un enfoque de análisis del ciclo de vida/Evaluating Environmental Impact of Natural and Synthetic Fibers: A Life Cycle Assessment Approach	Victoria Gonzalez, Xingqiu Lou and Ting Chi	2023	No especifica	Comparación de análisis de ciclo de vida.	Análisis del ciclo de vida, Fibras naturales, Fibras sintéticas, Textiles, Impacto ambiental, Moda sostenible.
10	Los impactos ambientales de la ropa: evidencia de Estados Unidos y tres países europeos/The environmental impacts of clothing: Evidence from United States and three European countries	Joshua Sohna, Kristian S. Nielsen, Morten Birkved, Tina Joanes, Wencke Gwozdz	2021	EE.UU. , Alemania, Polonia y Suecia	Evaluación del ciclo de vida, encuestas y análisis comparativo.	Ropa, Impactos ambientales, Comportamiento del consumidor, Consumo y producción de prendas de vestir, Evaluación del ciclo de vida.

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica (2025).

Tabla 5.

Resumen sistematizado de artículos según región y enfoque de cada país (Centro y sur de América).

Nombre del artículo	País	Cita	Prácticas	Normativa	Brechas
Consumo de moda y derechos humanos desde la perspectiva del consumidor/Fashion consumption and human rights, from a consumer perspective	Argentina	Albanese, C. (2024). CONSUMO DE MODA Y DERECHOS HUMANOS, DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR. REVISTA DE LA RED GLOBAL DE HUMANIDADES Y DERECHOS, 5 (3). https://doi.org/10.24861/2675-1038.v5i3.121	Educación ambiental, fomento de transparencia y trazabilidad de prácticas de producción éticas.	Mención del pacto verde Europeo y marcos de Ecodiseño de la UE.	Falta de información transparente, vulnerabilidad/hipervulnerabilidad del consumidor.
La conciencia de sostenibilidad de los consumidores brasileños de ropa de algodón/The sustainability awareness of Brazilian consumers of cotton clothing	Brasil	Garcia, Solimar & Cordeiro, Alexandra & Nääs, Irenilza & Neto, Pedro. (2019). The sustainability awareness of Brazilian consumers of cotton clothing. Journal of Cleaner Production. 215. 10.1016/j.jclepro.2019.01.069.	No se mencionan prácticas relacionadas al tema.	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas.
Evaluación ambiental de la producción textil de algodón en Perú: Un estudio de caso para una camiseta de algodón/Environmental assessment of cotton textile production in Peru: A case study for a cotton T-shirt	Perú	Flores, M.L.M.; Salhofer, S. Environmental assessment of cotton textile production in Peru: A case study for a cotton T-shirt. Sci. Total. Environ. 2025, 970, 179031, https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2025.179031 .	Análisis de ciclo de vida de una camiseta de algodón.	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	Elevado consumo de recursos al producir algodón, Contaminación del agua en proceso de teñido y acabado.

<p>Procesos de aprendizaje en el desarrollo temprano de nichos sustentables: el caso de los emprendedores de moda sustentable en México/Learning Processes in the Early Development of Sustainable Niches: The Case of Sustainable Fashion Entrepreneurs in Mexico</p>	<p>México</p>	<p>Rodríguez Aboytes, J. G., & Barth, M. (2020). Learning Processes in the Early Development of Sustainable Niches: The Case of Sustainable Fashion Entrepreneurs in Mexico. <i>Sustainability</i>, 12(20), 8434. https://doi.org/10.3390/su12208434</p>	<p>Emprendimientos de moda sustentable (proyectos que dentro del modelo de negocio integran la sostenibilidad).</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>Adquirir conocimientos con respecto a prácticas sustentables.</p>
<p>Eliminación de ropa en un entorno colectivista: un enfoque de métodos mixtos/Clothing disposal in a collectivist environment: A mixed methods approach</p>	<p>Ecuador</p>	<p>Cruz-Cárdenas, Jorge & Gonzalez, Reyes & del Val, Teresa. (2015). Clothing disposal in a collectivist environment: A mixed methods approach. <i>Journal of Business Research</i>. 10.1016/j.jbusres.2015.10.052.</p>	<p>Regalo de prendas de ropa a familiares, donación de prendas de ropa a fundaciones, venta de ropa usada -Intercambio de ropa, arriendo de prendas.</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>Rechazo por la ropa de segunda mano, vacíos de conocimiento sobre el reciclaje.</p>
<p>Identidad Étnica del Consumidor Millennial en México y Colombia</p>	<p>Colombia</p>	<p>García-Valdez, Miguel & Sanchez Limon, Monica & Toledo-López, Arcelia. (2023). Identidad Étnica del Consumidor Millennial en México y Colombia. <i>Investigación Administrativa</i>. 52.</p>	<p>No se mencionan prácticas relacionadas al tema.</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas.</p>

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica (2025).

Tabla 6.

Resumen sistematizado de artículos según región y enfoque de cada país (Otros países).

Nombre del artículo	País	Cita	Prácticas	Normativa	Brechas
Una perspectiva ambiental sobre el consumo de ropa: segmentos de consumidores y sus patrones de comportamiento/An Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments and Their Behavioral Patterns	Alemania	Gwozdz, W., Steensen Nielsen, K., & Müller, T. (2017). An Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments and Their Behavioral Patterns. <i>Sustainability</i> , 9(5), 762.	Ropa con materiales más ecológicos.	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	Falta de investigación sobre patrones de consumo, empresas no asumen su responsabilidad en los impactos ambientales.
Moda y textiles franceses durante la COVID-19. Una vez más, volando hacia la alta calidad. y la innovación para sobrevivir/French fashion and textile during COVID-19. Once again, flying to high quality and innovation to survive	Francia	Gretha, Bertrand. (2021). French fashion and textile during COVID-19. Once again, flying to high quality and innovation to survive. <i>Fashion and Textiles</i> . 8. 10.1186/s40691-021-00278-1.	Uso de tejidos reciclables, reutilización de textiles, agregado de etiqueta de origen.	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas.
Encuesta Europea sobre moda y consumo responsable/ Consumer survey report. A baseline survey on EU consumer attitudes to sustainability and supply chain	Italia	Revolution, F. (2019). Consumer survey report. A baseline survey on EU consumer attitudes to sustainability and supply chain transparency in the fashion industry. <i>Fashion revolution</i> , 6-51.	Producción de ropa respetuosa con el medio ambiente, transparencia y etiquetado de ropa, plataforma	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	Falta de información respecto al tema, precio de la ropa de segunda mano.

transparency in the
fashion industry

Sostenibilidad y España
economía circular en el
sector textil: análisis del
consumo de ropa de
segunda mano como
alternativa de moda
sostenible/ Sustainability
and circular economy in
the textile sector:
analysis of consumption
of secondhand clothing
as a sustainable
alternative.

Residuos textiles post- Estados
consumo y eliminación: Unidos
Diferencias según
factores socioeconómicos,
demográficos y
minoristas/ Post-
Consumer textile waste
and disposal:
Differences by
socioeconomic,
demographic, and
factors

El exceso de oferta India
mundial de ropa: una
crisis ambiental
emergente/The Global

Silván-Ferrero, Prado & Silván-Martínez, Pablo & Trespacios, Juan & Fernández, Itziar. (2023). Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de moda sostenible.: Sustentabilidad y economía circular en el sector textil. Behanomics. 1. 10.55223/bej.9.

DeVoy, Julia & Congiusta, Elizabeth & Lundberg, Dielle & Findeisen, Sarah & Bhattacharya, Sunand. (2021). Post-Consumer textile waste and disposal: Differences by socioeconomic, demographic, and retail factors. Waste Management. 136. 303-309. 10.1016/j.wasman.2021.10.009.

M S, Neethu & Ramadoss, Bhuvanewari. (2024). The Global Clothing Oversupply: An Emerging Environmental Crisis. Nature Environment and

online para
compra de ropa
de segunda
mano, reparación
de ropa.

Consumo de ropa
de segunda
mano, donación
de ropa a
familiares y
fundaciones.

Recolección de
residuos
postconsumo,
Upcycling,
reciclaje,
reutilización de
textiles.

Estrategias más
sustentables por
parte de las

No se mencionan
ni leyes ni
políticas públicas
con respecto al
tema.

Se surgen
agregar leyes
específicas para
la disposición de
residuos, se
sugiere añadir
políticas de
reciclaje
eficientes.

Pacto europeo
verde, estrategia
para textiles

Bajo
conocimiento del
término *fast
fashion* o moda
rápida, rechazo
hacia la ropa de
segunda mano.

Bajo porcentaje
de recolección de
residuos para
reciclaje y
reutilización, alta
cantidad de
residuos
generados.

Fácil acceso al
fast fashion, falta
de conocimiento

Clothing Oversupply: An Emerging Environmental Crisis

Pollution Technology. 23. 545-552.
10.46488/NEPT.2024.v23i01.051.

empresas, sostenibles de consumidores
recuperación de (Ecodiseño), sobre los
gases de los programa del impactos
vertederos para gobierno indio ambientales
energía, para promover la generados,
reparación de moda sostenible. rechazo por la
prendas. ropa de segunda
mano.

Comportamientos de los consumidores respecto al desecho de ropa en Nanjing, China/Consumers' clothing disposal behaviors in Nanjing, China

China

Zhang, Ling & Wu, Tong & Liu, Siru & Jiang, Songyan & Wu, Huijun & Yang, Jiameng. (2020). Consumers' clothing disposal behaviors in Nanjing, China. Journal of Cleaner Production. 276. 123184. 10.1016/j.jclepro.2020.123184.

Eventos para Restricción al Gran cantidad de
donación vertido de residuos textiles
benéfica de ropa, orgánicos. generados.
reciclaje a partir
de ONGs,
recolección de
ropa en tiendas
de retail,
plataforma online
para reciclar.

Los impactos ambientales de la ropa: evidencia de Estados Unidos y tres países europeos/The environmental impacts of clothing: Evidence from United States

Polonia

Sohn, Joshua & Nielsen, Kristian & Birkved, Morten & Joanes, Tina & Gwozdz, Wencke. (2021). The environmental impacts of clothing: Evidence from United States and three European countries. Sustainable Production and Consumption. 10.1016/j.spc.2021.05.013.

No se mencionan prácticas relacionadas al tema. No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema. No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas.

and three European countries

El papel de la estética y el color en Prácticas Textiles Sostenibles/The Role of Aesthetics and Color in Sustainable Textile Practices	Suecia	Kooroshnia, M. (2024). The Role of Aesthetics and Color in Sustainable Textile Practices. Proceeding of AIC Conference (Colour and Communication), 193. Retrieved from https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hb:diva33468	No se mencionan prácticas relacionadas al tema.	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas.
Aumento de la circulación textil: consecuencias y requisitos/ Increasing textile circulation—Consequences and requirements	Finlandia	Dahlbo, Helena & Aalto, Kristiina & Eskelinen, Hanna & Salmenperä, Hanna. (2016). Increasing textile circulation—Consequences and requirements:. Sustainable Production and Consumption. 9. 10.1016/j.spc.2016.06.005.	Reutilización de textiles, recoger los textiles de forma separada, reciclaje de textiles.	Decreto que restringe el vertido de residuos orgánicos en Finlandia, ley REP.	Aumento constante del consumo de textiles, falta de modelos de negocio eficaces, falta de políticas eficientes para residuos textiles.
La creación de palabras verdes y lenguaje ecológico: un análisis de la brecha de percepción de los usuarios sobre las marcas de moda que promueven prácticas sostenibles	Hong Kong	Dahlbo, Helena & Aalto, Kristiina & Eskelinen, Hanna & Salmenperä, Hanna. (2016). Increasing textile circulation—Consequences and requirements:. Sustainable Production and Consumption. 9. 10.1016/j.spc.2016.06.005.	Destacar cualidades ecológicas de los productos en mensajes promocionales, eventos de moda sostenible, donación de ropa usada.	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	Falta de compromiso por parte de los consumidores, utilizar la estrategia de marketing ocultando acciones poco sostenibles.

Gestión de residuos textiles y de moda en la economía circular: una revisión sistemática	Bangladesh	Rasel, Md & Islam, Mazed & Mamun, Md.Abdullah & Rayyaan, Rishad & Sowrov, Kazi & Islam, Saniyat & Sayem, Abu. (2025). Fashion and Textile Waste Management in the Circular Economy: A Systematic Review. Cleaner Waste Systems. 11. 100268. 10.1016/j.clwas.2025.100268.	Reutilización de prendas de ropa, reciclaje de textiles, recolección de textiles posconsumo.	Ley REP, Siptex (Plataforma para la clasificación de textiles implementada en Suecia).	Grandes cantidades de residuos textiles generadas, falta de políticas y normativas, alto precio de la ropa sustentable.
El impacto del país de origen en la decisión de compra del consumidor de moda de lujo frente a moda rápida: el caso de las consumidoras saudíes/The impact of country of origin on consumer purchase decision of luxury vs. fast fashion: case of Saudi female consumers	Arabia Saudita	Abalkhail, Tagreed. (2023). The impact of country of origin on consumer purchase decision of luxury vs. fast fashion: case of Saudi female consumers. Humanities and Social Sciences Communications. 10. 10.1057/s41599-023- 02112-z.	No se mencionan prácticas relacionadas al tema.	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas.
Creencias de evitación de la moda rápida y comportamientos anticonsumo: los casos de Corea y España/Fast Fashion Avoidance Beliefs and Anti-Consumption Behaviors: The Cases of Korea and Spain	Corea del sur	Yoon, Namhee & Lee, Ha & Choo, Ho. (2020). Fast Fashion Avoidance Beliefs and AntiConsumption Behaviors: The Cases of Korea and Spain. Sustainability. 12. 6907. 10.3390/su12176907.	Compromiso con la moda de segunda mano.	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	Producción masiva de ropa.
Producción textil sostenible: un estudio de caso de una fábrica de	Turquía	Alkaya, Emrah & Demirer, Goksel. (2013). Sustainable textile production: A case study from a woven fabric manufacturing mill in Turkey. Journal of Cleaner Production. 65. 10.1016/j.jclepro.2013.07.008.	Tratamiento de efluentes de aguas residuales y reutilización.	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	No se mencionan brechas relacionadas a la

tejidos en
Turquía/Sustainable
textile production: a case
study from a woven
fabric
manufacturing mill in
Turkey

implementación
de prácticas.

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica (2025).

De forma paralela se llevó a cabo una búsqueda complementaria en sitios web institucionales de distintos países, con el fin de identificar en mayor profundidad las normativas y políticas actuales relacionadas al sector textil, información que se sintetizó en una tabla específica (Tabla 7), cabe destacar que para esta búsqueda complementaria se consideraron solo los diez países con mayor cantidad de artículos encontrados y la tabla completa está en el Anexo N°4. Esto permitió que la búsqueda fuera más precisa y específica, lo que sustentó el enfoque metodológico del estudio.

Tabla 7.

Resumen sistematizado de búsqueda complementaria sobre normativa en países con mayor cantidad de artículos encontrados.

N°	País	Normativa	Fuentes
Centro y sur de América			
1	México	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etiquetado Comercial (NOM-004-SE-2021). 2. Etiquetado de Cuero y Calzado (NOM-020-SCFI-1997). 3. Nombres de Fibras Textiles (NMX-A-6938-INNTEX-2013). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diario Oficial de la Federación (DOF) de México. 2. Diario Oficial de la Federación (DOF) de México. 3. Instituto Nacional de Normalización Textil (INNTEX), citada en la NOM-004-SE-2021.
2	Argentina	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etiquetado de Productos Textiles y Calzado (Resoluciones S.C.I. N° 549/2021 y S.C. N° 465/2018). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Argentina.gob.ar / Secretaría de Comercio Interior (SCI).
3	Brasil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Requisitos Obligatorios de Etiquetado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. UL Solutions LATAM / Información comercial de Exportemos.pe.
4	Ecuador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etiquetado de Prendas de Vestir y Ropa de Hogar (NTE INEN 1875 (4R)). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN).
5	Perú	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestión de Residuos Sólidos (Decreto Supremo N° 014-2017-MINAM). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ministerio del Ambiente (MINAM) de Perú.
Otros países			
6	Estados Unidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Leyes de Etiquetado de Textiles, Lana y Piel (TFPIA, WPLA, FPLA) 2. Etiquetado de Cuidado (Care Labeling Rule). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comisión Federal de Comercio (FTC). 2. Comisión Federal de Comercio (FTC). 3. Comisión de Seguridad de

7	España	<ol style="list-style-type: none"> 3. Seguridad de Productos de Consumo (CPSIA - Ley de Mejora de la Seguridad de los Productos de Consumo). 4. Ley de la Comisión Federal de Comercio (FTC Act). 1. Ley de Residuos y Economía Circular (Ley 7/2022). 2. Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP). 3. Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada (ASRTEX, GERESCAL). 4. Etiquetado de Textiles (Reglamento UE n.º 1007/2011). 	<p>Productos de Consumo de EE. UU. (CPSC)</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Comisión Federal de Comercio (FTC). 1. Boletín Oficial del Estado (BOE) de España, Ministerio para la Transición Ecológica (MITERD). 2. Boletín Oficial del Estado (BOE), Asociación de Empresas de Moda Sostenible (AMSE). 3. Texfor (Confederación de la Industria Textil), Modaes.es. 4. EUR-Lex (Portal de Derecho de la Unión Europea).
8	China	<ol style="list-style-type: none"> 1. Código Técnico de Seguridad (Estándar GB 18401). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intertek, SGS (empresas de pruebas y certificación que interpretan los estándares chinos).
9	Alemania	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ley de Debida Diligencia en Cadenas de Suministro (LkSG). 2. Asociación para Textiles Sostenibles (Textilbündnis). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. BaFA (Oficina Federal de Asuntos Económicos y Control de Exportaciones de Alemania), PwC. 2. Partnership for Sustainable Textiles.
10	Francia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ley del Deber de Vigilancia. 2. Ley de Residuos y Economía Circular (Loi AGECE). 3. Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP). 4. Decreto N° 2022-748 (Transparencia Ambiental). 5. Ley "Anti Ultra-Fast Fashion" (propuesta/aprobada recientemente) 6. Prohibición de PFAS. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daato, FIDH (Federación Internacional por los Derechos Humanos). 2. Légifrance (sitio oficial del gobierno francés), Ellen MacArthur Foundation. 3. Légifrance (Código de Medio Ambiente),

Food and Agriculture Requirements.

4. Légifrance (sitio oficial del gobierno francés), Fashion United.
5. LexLatin, LaTercera.

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica (2025).

A partir de los criterios establecidos, la revisión permitió proporcionar antecedentes clave para comprender las diferencias territoriales en torno al consumo textil, así como las prácticas y regulaciones existentes. Esta etapa fue fundamental para identificar elementos teóricos y contextuales que orientaron el diseño del instrumento de recolección de datos, fortaleciendo la necesidad de abordar esta problemática desde una perspectiva local e interdisciplinaria.

3.2.2 Identificar la percepción y hábitos de consumo de la población de Concepción con respecto a los impactos ambientales del consumo textil

Para esta segunda etapa se llevó a cabo la identificación de la percepción y hábitos de consumo de la población de Concepción con respecto a los impactos ambientales del consumo textil a partir del desarrollo de una encuesta considerada el instrumento principal. Esta fue diseñada a partir de referentes metodológicos y estudios previos que abordaban investigaciones y herramientas similares, adaptándose al contexto local y los propósitos requeridos.

La primera fase fue el diseño del instrumento, el cual fue organizado a partir de tres dimensiones de la percepción: cognitiva, afectiva y conductual. Para su elaboración se recurrió a artículos revisados durante el primer objetivo y se seleccionaron aquellos que presentaban mayor relevancia, a partir de ellos se elaboraron las preguntas utilizando diferentes tipos de escala como preguntas dicotómicas, de selección múltiple y de escala tipo Likert. En total, la encuesta se compuso de 34 preguntas, organizadas en bloques temáticos según las dimensiones mencionadas, los aspectos abordados se resumen en la Tabla 8.

Tabla 8.

Contenidos abordados por dimensiones de la percepción seleccionadas.

Dimensión	Contenido principal abordado
Cognitiva	Conocimiento de conceptos clave como ODS, economía circular, <i>Fast fashion</i> ; canales de información sobre sostenibilidad; percepción sobre el rol de marcas; barreras de acceso a prácticas más sostenibles.
Afectiva	Emociones frente a la compra de ropa nueva; impacto emocional ante condiciones precarias de producción; valoración de la sustentabilidad como criterio de compra.
Conductual	Hábitos de compra (frecuencia, lugares, criterios de selección); disposición a pagar más por ropa sustentable; participación en iniciativas circulares; reflexión sobre el destino final de la ropa.

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica (2025).

La segunda fase consistió en la definición del universo y diseño muestral, el universo de estudio estuvo compuesto por personas mayores de 18 años residentes la mayor parte del tiempo en la comuna de Concepción, esto último fue fundamental considerando que al ser una ciudad universitaria cuenta con una población “flotante” significativa. La muestra fue definida como probabilística estratificada, permitiendo asegurar una mayor representatividad mediante la segmentación de la población según edad, género y macro sector de residencia. Esta fue calculada considerando un nivel de confianza del 95% y por ende un margen de error del 5%, sobre una población estimada de 230.334 habitantes (INE, 2024), para esto se utilizó el software Survey Monkey, resultando finalmente un tamaño muestral de 385 personas.

La tercera fase se basó en validación y aplicación del instrumento, antes de su aplicación definitiva se realizó una prueba piloto con 5 personas voluntarias y seleccionadas al azar, este paso permitió ajustar aspectos conceptuales y mejorar la redacción de algunas preguntas para mayor comprensión y validez aparente. La aplicación definitiva se desarrolló durante un periodo de tres semanas, en el mes de junio de 2025 y combino dos modalidades, online a partir de un enlace difundido por redes sociales y presencial, principalmente en espacios públicos de la comuna como centros comerciales y universidades, para llegar a personas con escaso acceso digital o cierta resistencia a responder encuestas virtuales. Todos/as los/as participantes firmaron previamente un consentimiento informado proporcionado dentro de la encuesta, en el cual se explicó el objetivo principal de la investigación, el uso de datos y el carácter confidencial de la información proporcionada, además cabe destacar que este consentimiento informado debió ser

aprobado por el comité de ética de la facultad de Ciencias ambientales de la Universidad de Concepción.

Para la aprobación del instrumento de investigación por parte del comité de ética, se presentó la siguiente documentación: un resumen del estudio, el consentimiento informado redactado conforme a los estándares exigidos, y un protocolo detallado. Este protocolo especifica la metodología de aplicación de la encuesta, el perfil de los participantes a quienes iba dirigida, y la plataforma utilizada para su administración. Finalmente, el cuestionario completo fue enviado para su revisión antes de su implementación, organizando previamente sus preguntas en una tabla (Tabla 9). Dicha tabla detalla la dimensión abordada por cada pregunta, su objetivo específico y su tipología, ésta se encuentra completa en el Anexo N°5.

Tabla 9.

Resumen sistematización de preguntas realizadas en la encuesta.

Dimensión	¿Qué se quiere abordar?	Preguntas	Tipología de las preguntas
Cognitiva	Conocimiento de términos como “Economía circular”, “ODS”, “Fast fashion”, “Slow fashion”.	¿Ha escuchado alguna vez el término sostenibilidad/sustentabilidad? • Si/No	Dicotómica
	Qué medios utilizan las personas para informarse sobre consumo, sostenibilidad, problemáticas ambientales, etc.	¿En cuál de estos medios ha encontrado o cree que podría encontrar mayor información sobre sostenibilidad/sustentabilidad, consumo responsable o problemáticas ambientales? • Sitios web • Redes sociales • Televisión • Radio • Documentales o series • Instituciones educativas • No me informo sobre estos temas	Selección múltiple
	Conocimiento de términos como “Economía circular”, “ODS”, “Fast fashion”, “Slow fashion”.	¿Ha escuchado alguna vez el término ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible)? • Si/No	Dicotómica

Afectiva	Como pueden verse influenciadas las personas por las tendencias de moda actuales más que lo que realmente necesitan.	¿Qué tanto considera las tendencias de moda al elegir su vestimenta?	Escala likert <ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Rara vez • Algunas veces • Casi siempre • Siempre
	Cuál es el sentimiento que tienen al comprar una prenda de ropa nueva.	¿Cuál suele ser el sentimiento o emoción más frecuente que le provoca comprar una prenda de ropa nueva? <ul style="list-style-type: none"> • Culpa • Satisfacción • Entusiasmo • Indiferencia 	Selección múltiple
Conductual	La importancia que le dan las personas a la sostenibilidad e impactos negativos al momento de comprar.	¿Con qué frecuencia considera el impacto que pueda tener eliminar una prenda de ropa en el ambiente?	Escala likert <ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Rara vez • Algunas veces • Casi siempre • Siempre
	Con qué frecuencia las personas compran ropa.	¿Con qué frecuencia compra ropa nueva? <ul style="list-style-type: none"> • Varias veces al mes • Una vez al mes • Cada 2-3 meses • Un par de veces al año 	Selección múltiple
	Hábitos de compra/comportamiento de consumo.	¿En qué lugares suele comprar ropa? Marcar la más frecuente. <ul style="list-style-type: none"> • Tiendas de moda rápida/Retail (Ej: Falabella, Zara, H&M, etc) • Tiendas de Fast fashion online (Ej: Shein, Temu, Aliexpress, etc) • Tiendas de ropa de segunda mano (Ej: Ropa americana) • Ferias o mercados • Tiendas de marcas sostenibles • Ninguna de las anteriores 	Selección múltiple
	Cuánto están dispuestos a pagar las personas por una prenda sostenible o usada.	¿Estaría dispuesto a pagar más por una prenda de ropa fabricada de	Dicotómica

manera sostenible/sustentable (con menor impacto ambiental, social, comercio justo, etc) y de mejor calidad?

- Sí/ No

Acciones para mejorar los impactos del consumo y posconsumo textil.

Para fomentar la moda sostenible/sustentable y reducir el consumo de ropa, existen diversas medidas públicas que se pueden adquirir. Indicar desde su criterio qué tan importante es para usted llevar a cabo estas medidas.

- Prohibir o limitar la venta de ropa que fue producida en condiciones injustas
- Eliminar falsa publicidad de moda y sostenibilidad
- Prohibir la venta de ropa con materiales sin estándares ambientales
- Fomentar los espacios para intercambio de ropa, evitando la compra de prendas nuevas
- Restringir la llegada de empresas fabricantes de ropa que hayan tenido grandes problemas ambientales

Escala likert

- Nada importante
- Poco importante
- Medianamente importante
- Importante
- Muy importante

Fuente: Elaboración propia a partir de Silván-Ferrero et al., 2023.

Finalmente, la última fase fue de sistematización de la información a partir del software Microsoft Excel, lo que permitió clasificar la información según cada una de las dimensiones, para luego ser analizada en el software Survey Monkey y llevar a cabo la elaboración de las diferentes figuras y gráficos.

3.2.3 Determinar los factores de comportamiento que influyen en el consumo de la población y/o las barreras para implementar prácticas más sostenibles.

Para cumplir con el tercer objetivo específico de esta investigación, correspondiente a determinar los factores de comportamiento que influyen en el consumo textil y/o las barreras para implementar prácticas más sostenibles, se consideraron como base los resultados obtenidos en las etapas anteriores, tanto el objetivo específico 1 como el 2. El primero proporcionó una visión comparativa de políticas, normativas e iniciativas implementadas en diversos países, mientras que el segundo objetivo permitió comprender la percepción, conocimientos, hábitos y actitudes de la población de Concepción frente a la problemática del consumo y postconsumo textil.

Con el fin de profundizar y triangular los hallazgos obtenidos en los objetivos específicos anteriores, se desarrolló un grupo focal con actores clave, cuya finalidad fue recoger perspectivas más expertas, ciudadanas y del ámbito institucional sobre las principales brechas y limitaciones existentes en Chile para transitar a un modelo de consumo textil más sostenible. Esto fue fundamental para verificar el nivel de difusión y conciencia que tienen los impactos ambientales y sociales con respecto a lo textil, además se consideraron los posibles vacíos de conocimiento entre la población y las limitaciones que esto provoca.

3.2.3.1 Planificación y preparación

Para el diseño e implementación del grupo focal, se comenzó elaborando y reuniendo los documentos exigidos por el Comité de Ética de la facultad para que la reunión fuera aprobada, dentro de estos se incluyó un resumen de la investigación (ya validado previamente para el consentimiento del objetivo 2), el protocolo del grupo focal que describió en términos generales el propósito, fecha estimada, número de participantes, duración aproximada (90 minutos) y la estructura general del encuentro, la programación que se encuentra detallada en la Tabla 10 y el consentimiento informado, adaptado al formato institucional. Este documento incluyó los objetivos del estudio, descripción de la participación, beneficios esperados, riesgos potenciales, confidencialidad y protección de datos, derechos del participante, costos, compensación y el contacto de la investigadora y responsables a cargo. Este último documento fue firmado por las participantes antes de iniciar la actividad (ver Anexo N°6).

Tabla 10.

Programación grupo focal.

Tópicos abordados	Descripción
Objetivo	Determinar los factores de comportamiento que influyen en el consumo de la población y/o las barreras para implementar prácticas más sostenibles, a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada en esta investigación, la cual tuvo el objetivo de recopilar información relevante sobre la percepción de la población respecto a los impactos ambientales del consumo y posconsumo textil en la ciudad de Concepción, así como los hábitos y comportamientos asociados.
Modalidad	Presencial.
Lugar	Facultad de Ciencias Ambientales, Universidad de Concepción.
Duración	90 minutos.
Horario	15:00 a 16.30 hrs
Participantes	Actores clave vinculados a la temática textil.
Preparación y registro de actividades	Organización de la sala de reunión. Mesa en la entrada con el consentimiento informado y adhesivo con el nombre de los asistentes. Registro (lista) de asistencia.
Bienvenida y presentación (duración 20 minutos)	Dar la bienvenida a los/as participantes y recordar el uso de registro auditivo y fotográfico. Instancia para que los/as asistentes se presenten. Hacer una breve presentación de la investigación, esta incluye el objetivo de la reunión y la descripción del estudio.
Desarrollo de la reunión (duración 60 minutos)	Se hará una presentación de los resultados obtenidos en la encuesta realizada. Al final de la presentación se hará una dinámica de preguntas en vivo mediante la aplicación Mentimeter, para conocer el punto de vista de los participantes. Se dará paso al diálogo, discusión y análisis de lo observado en la presentación de resultados junto a las preguntas realizadas en la dinámica.
Cierre de actividad (duración 10 minutos)	Principales conclusiones de la reunión. Palabras de agradecimiento. Dar el paso a los asistentes por si quisieran dirigir algunas palabras.

Dar la posibilidad de enviar los resultados a quienes lo deseen.

Fuente: Elaboración propia a partir de programación grupo focal.

Cabe destacar también que se consideraron algunos materiales como las hojas del consentimiento informado, hoja de asistencia, lápices, adhesivos para el nombre las participantes, computador y proyector, además para el registro de la reunión se utilizó el celular para el audio y fotografías y una libreta para los apuntes más específicos.

3.2.3.2 Selección de participantes

Una vez aprobados los documentos, se continuó con la selección de invitados al grupo focal, donde se propuso la asistencia de personas con experiencia directa o indirecta en el ámbito del consumo textil, sostenibilidad y medio ambiente. El perfil ideal contemplaba la participación de un/a representante del Departamento de Medio Ambiente de la Municipalidad de Concepción, integrantes de ONG´s vinculadas a la moda sostenible o economía circular, un/a psicólogo/a que aportará en el análisis del comportamiento, una persona con influencia en redes sociales relacionada a temáticas de consumo consciente, académicos/as del área ambiental y/o social, un/a ingeniero/a ambiental y un/a consumidor/a que haya participado previamente en la encuesta. No obstante, una de las principales limitaciones fue la coordinación de agendas, lo que llevó a una reformulación del grupo. A pesar de contar inicialmente con confirmaciones, algunas personas no pudieron asistir por motivos de salud o compromisos laborales. Finalmente, el grupo quedó conformado por psicólogas, académicas, consumidoras, una ingeniera ambiental, una influencer vinculada a la moda y funcionarias de la Universidad de Concepción. Las invitaciones fueron enviadas por correo electrónico, incluyendo el consentimiento para su revisión anticipada.

3.2.3.3 Desarrollo del grupo focal

Paralelo a la búsqueda de participantes, se preparó una presentación visual en Canva, dividida en dos grandes bloques. El primero consistió en la contextualización de la investigación, presentación del título, objetivos general y específicos de la investigación junto a la problemática, datos nacionales e internacionales sobre consumo, postconsumo, residuos textiles, importaciones y la reciente incorporación de estos residuos a la ley REP. El segundo bloque se basó en la presentación de resultados de la encuesta aplicada en el objetivo 2, centrados en

percepción y comportamiento. Luego, se integró una actividad interactiva mediante la aplicación Memtimeter, compuesta por tres preguntas de priorización y asociación de conceptos, estas se presentan a continuación:

- Escriba 3 palabras con las que relacione el residuo textil
- Desde su criterio, ordenar de más a menos importante estas medidas públicas para promover la moda sostenible.
- Desde su criterio ordenar de más a menos importante las siguientes brechas para la implementación de nuevas prácticas sostenibles.

La participación fue guiada mediante un diálogo conducido por la investigadora, quien intervino en los momentos clave para promover la reflexión y facilitar la conversación y respaldada por una de las docentes guías. Aunque se prepararon preguntas adicionales para promover el debate, no fue necesario utilizarlas, ya que los temas surgieron de manera espontánea a partir de la interacción con los resultados y las experiencias compartidas.

El grupo focal se llevó a cabo el mes de julio de 2025, tuvo una duración aproximada de 90 minutos, e incluyó una pausa tipo coffee break. La sesión fue grabada, previa autorización y exclusivamente con fines académicos.

3.2.3.4 Análisis de resultados

Las respuestas entregadas por las participantes fueron sistematizadas de forma cualitativa, mediante una tabla que permitió clasificar y organizar las opiniones respecto a prácticas sostenibles actuales, barreras existentes y propuestas futuras. Este análisis fue contrastado con los hallazgos de los dos objetivos anteriores, lo que permitió identificar coincidencias, tensiones y vacíos de información entre distintos actores. La inclusión del grupo focal otorgó mayor profundidad y robustez al estudio, entregando una visión desde la experiencia práctica y profesional de quienes se relacionan directa o indirectamente con la problemática del consumo y postconsumo textil

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis del comportamiento y hábitos de consumo de las personas a nivel nacional e internacional.

El primer objetivo de esta investigación se enfocó en identificar y analizar los hábitos de consumo textil, las prácticas sostenibles implementadas y las normativas existentes en distintos países del mundo, con énfasis en el contraste de la realidad chilena. A partir de una revisión bibliográfica de 45 artículos científicos publicados entre 2006 y 2025, se sistematizó la información para comprender el estado actual de la sostenibilidad/sustentabilidad en el sector textil y los factores que condicionan el comportamiento del consumidor en distintos contextos.

4.1.1 Identificación de conceptos clave entre países.

Luego de aplicar el segundo filtro, se analizaron los conceptos clave de los 45 artículos restantes y se visualizó su frecuencia mediante una nube de palabras (Figura 3). Esta herramienta metodológica reveló los términos más recurrentes, tanto en países del centro y sur de América como a nivel global. Conceptos como moda, consumo, producción, textiles, residuos y sostenibilidad destacaron, coincidiendo en gran medida con los ejes iniciales de la investigación y directamente relacionados con el estudio del consumo y postconsumo textil. Asimismo, se identificaron términos relevantes como comportamiento, conocimiento, políticas y desarrollo, que, si bien no aluden directamente a la producción y consumo de moda, sí se vinculan con otros aspectos centrales del estudio, enriqueciendo la comprensión de las percepciones y hábitos de la población.

Figura 3.

Nube de palabras para la comparación de conceptos entre países.



Fuente: Elaboración propia a partir del software Atlas ti.

En paralelo a este análisis general, se realizaron dos nubes de palabras adicionales con el fin de comparar los términos clave entre periodos de tiempo específicos: 2006-2015 (Figura 4) y 2016-2025 (Figura 5).

Figura 4.

Nube de palabras periodo 2006-2015.



Fuente: Elaboración propia a partir del software Atlas ti.

y consumo. Esto sugiere que el foco es diferente, pasando de una discusión predominantemente centrada en la producción y la industria, hacia una mayor consideración del rol del consumidor en la cadena de valor sostenible. Este cambio es fundamental, ya que dentro de la investigación se buscaba comprender la percepción y los comportamientos de la población.

A partir de lo anterior, mediante las nubes de palabra se evidencia principalmente el cambio de enfoque respecto a los años de búsqueda seleccionados, donde el enfoque está en la concientización de la producción y consumo textil y como el consumidor adopta un rol más protagónico con los años (Iran & Schrader, 2023); sin embargo, de acuerdo con lo señalado por Sandvik; (2023) dentro de la búsqueda de la sostenibilidad todos los actores clave deben asumir un mismo nivel de responsabilidad, ya que dependiendo el punto de vista todos son responsables dentro del cambio que se quiere generar.

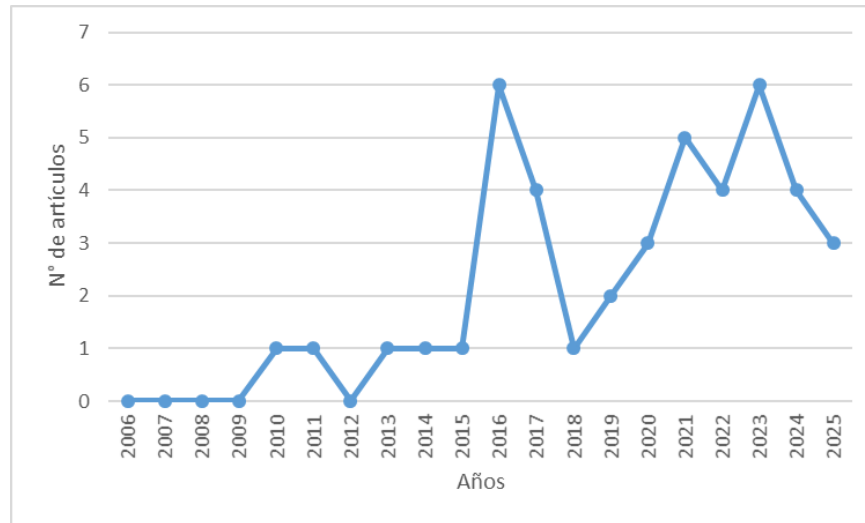
4.1.2 Distribución temporal de artículos seleccionados.

Para contextualizar la evolución del interés en la temática, se analizó la distribución temporal de los artículos, utilizando el año 2015 como punto de inflexión, esto debido a la aprobación y divulgación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) por parte de la ONU. Tal como se anticipó, el gráfico de la Figura 6, que muestra la cantidad de artículos encontrados por año, revela un notable incremento en la producción académica posterior al año 2015.

Este crecimiento sugiere que los ODS actuaron como un estimulador (Leal Filho et al., 2019), impulsando significativamente la investigación sobre sostenibilidad en diversos sectores, incluida la industria textil. Si bien la gráfica muestra fluctuaciones puntuales, como la disminución en 2018 y 2024-2025 (lo que podría atribuirse a diversos factores como la fase de publicación, o eventos externos como la pandemia de COVID-19 que afectó la actividad investigadora en ciertos momentos), la tendencia general al alza es consistente con la hipótesis de que el marco global y la mayor visibilidad proporcionada por los ODS han fomentado una mayor atención a las problemáticas de consumo y postconsumo textil. Este hallazgo valida la expectativa inicial de que los ODS marcarían un antes y un después en la disponibilidad de información y en la profundidad del debate sobre prácticas sostenibles, reflejando una creciente conciencia y compromiso en la comunidad científica.

Figura 6.

Distribución temporal de artículos en el periodo 2006-2025.



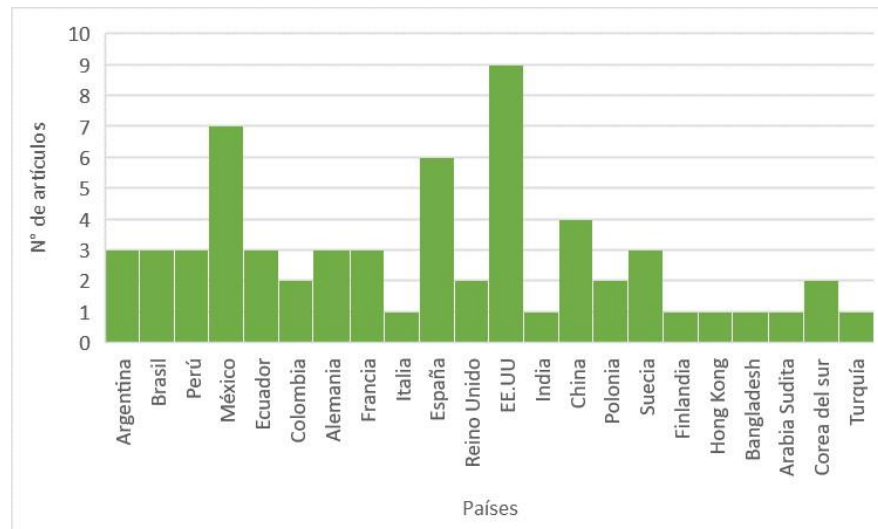
Fuente: Elaboración propia a partir del software Excel.

4.1.3 Comparación de normativa aplicada entre países seleccionados.

La principal finalidad de realizar la búsqueda bibliográfica comparativa y considerar artículos investigativos de diferentes regiones del mundo fue analizar las experiencias internacionales relacionadas con el consumo y postconsumo textil desde la perspectiva de diferentes realidades y culturas. La Figura N°7 refleja que regiones del mundo estarían teniendo un mayor desarrollo académico en torno a la problemática, ya que se evidencia la distribución de artículos según el país o foco principal. Tal como se observa, los países europeos y norteamericanos presentan una mayor concentración de investigaciones, donde se destaca Reino Unido, Estados Unidos y España. Por otro lado, países de América Latina presentan una cantidad de artículos menor en esta materia, lo que indica una brecha general con respecto al desarrollo de conocimiento sobre la sostenibilidad textil (Gutberlet et al., 2023).

Figura 7.

Cantidad de artículos por país analizado.



Fuente: Elaboración propia a partir del software Excel.

Esta diferencia entre países no solo refleja desigualdades respecto a lo científico, sino que se deja en evidencia la disparidad existente en términos de políticas públicas, prácticas e iniciativas sostenibles, niveles de conciencia y marcos normativos asociados al sector textil.

En función de la Tabla 7 (incluida anteriormente en la sección de metodología), se sistematizaron las normativas más actualizadas de los diez países con mayor número de artículos identificados a partir de la búsqueda complementaria, para la cual se consultaron sitios web oficiales, ministerios del medio ambiente u organismos reguladores de cada país, ya que una de las limitaciones detectadas fue que muchos artículos no incluían información específica sobre marcos normativos.

Una de las principales diferencias que entregó esta búsqueda complementaria es que en América Latina muchas de las iniciativas relacionadas con sostenibilidad textil nacen desde la sociedad civil, ONG´s o asociaciones voluntarias, pero no siempre están respaldadas de un marco legal robusto. En general, los países de esta región aún se encuentran en la etapa “inicial” de desarrollo normativo, enfocados principalmente en el etiquetado comercial, donde la prioridad es indicar información para transparentar con el consumidor, como los cuidados que se deben tener con las prendas, el porcentaje de fibras, entre otras cosas, que van variando según el país. México

por ejemplo cuenta con tres normativas principales, dos de ellas relacionadas al etiquetado (general y específico para cuero y calzado); no obstante, la tercera normativa que hace referencia al nombre de las fibras textiles es de carácter voluntario (INNTEX, 2021). Este enfoque limitado contrasta con los desafíos reales del sector, como el incremento de las importaciones en América Latina y el Caribe en los últimos 20 años, que aún y carecen de regulación efectiva (Bick et al., 2023).

En el caso de Norte América y otros países del mundo la situación es diferente, existe una normativa más sólida y avanzada respecto a la sostenibilidad textil y cuentan con marcos regulatorios más claros. Por ejemplo, Francia considerado un país pionero en las regulaciones textiles (European Environment Agency, 2023), no fue uno de los países con mayor cantidad de artículos encontrados, pero sí el país con mayor solidez respecto a normativa, donde se considera una ley “Anti Ultra-Fast Fashion”, recientemente aprobada en 2024 que busca penalizar la moda ultra rápida a partir de la imposición de impuestos progresivos (Assemblée Nationale, 2024) y la futura prohibición de sustancias químicas PFAS en textiles desde al año 2026 (ECHA, 2025). Este tipo de medidas transmiten un enfoque preventivo entre salud humana, sostenibilidad y responsabilidad empresarial. La Tabla 11, evidencia el número de normativas encontradas por país como parte del análisis comparativo.

Tabla 11.

Cantidad de normativas encontradas para países seleccionados.

	1 normativa	2 normativas	3 o más normativas
País			
México			X
Argentina	X		
Brasil	X		
Ecuador	X		
Perú	X		
Estados Unidos			X
España			X

China	X		
Alemania		X	
Francia			X

Fuente: Elaboración propia a partir de búsqueda bibliográfica.

Estos hallazgos permiten entender que a la par del progreso de algunos países hacia una transición regulatoria integral, otros aún presentan vacíos críticos en términos de legislación adecuada. Chile no queda fuera de esto último, con escasa normativa específica y la reciente incorporación de la ley REP (MMA, 2025), que, si bien representa un avance importante, aún quedan desafíos por cumplir, los cuales son importantes evaluar desde ya para no limitar aún más el avance de la industria en términos sostenibles, ya que esto último afecta en la desinformación ciudadana y opaca el mercado textil.

4.1.4 Principales brechas encontradas en otras regiones del mundo.

Uno de los hallazgos significativos tras la revisión bibliográfica y comparación de la normativa de cada país fue la identificación de diversas brechas que representan dificultades para desarrollar un modelo de consumo más sostenible. Estas brechas se exponen de diferentes maneras y para una mejor comprensión y análisis de éstas, fueron clasificadas en diferentes niveles, normativo, educativo, informativo, tecnológico y estructural, las cuales se sistematizaron en la Tabla 12. Es fundamental dejar en claro la importancia de estas brechas, ya que afectan directamente la capacidad de cada uno de los países en progresar a sistemas más responsables respecto al consumo y postconsumo textil (Niinimäki et al., 2020).

Tabla 12.

Principales brechas destacadas según nivel asignado.

Nivel de la brecha	Descripción general (Enfoque en el sector textil)	Ejemplos en países (Artículos analizados)
Normativa	Escasa o nula regulación específica sobre la producción, consumo reciclaje y/opostconsumo textil; Ausencia de marcos legales claros para la gestión de residuos textiles.	Solo Francia menciona una ley específica sobre el “ <i>Fast Fashion</i> ”, en América Latina sobresalen las normas de etiquetado más que las de sostenibilidad o circularidad.
Informativa	Falta de educación ambiental y escasa difusión pública sobre los impactos socioambientales del consumo y postconsumo textil. Baja conciencia y conocimiento del consumidor.	Chile, Argentina y Perú poseen un bajo conocimiento por parte de los consumidores.
Tecnológica/Infraestructura	Falta de capacidad y recursos tecnológicos e infraestructurales adecuados para la gestión de residuos textiles o el depósito de ellos (reciclaje, clasificación, reutilización).	Brasil y México mencionan la falta de centros de valorización textil.
Económica	Inexistencia de incentivos fiscales o mecanismos económicos para fomentar la producción y consumo sostenible y la inversión en soluciones circulares para el sector textil.	Francia ha implementado un impuesto para desincentivar la moda rápida, no obstante, en América Latina carecen de estas medidas.
Cultural	Prácticas de consumo arraigadas y baja motivación para la adopción de nuevos hábitos.	En algunos casos las personas perciben que la ropa usada es de “menor valor”, lo que dificulta la reutilización y el consumo de segunda mano.
Estructural	Coordinación deficiente entre actores clave y planificación de políticas a largo plazo ineficientes.	Muchos países con carencia de estrategias textiles nacionales integrales y coherentes para el desarrollo sostenible en el sector textil.

Fuente: Elaboración propia a partir de búsqueda bibliográfica.

El análisis de los estudios revisados, sintetizados en la Tabla 12, pone en manifiesto diversas brechas que obstaculizan el avance hacia la sostenibilidad textil, especialmente en el consumo y postconsumo.

En primer lugar, la brecha normativa emerge como una de las más mencionadas en los estudios, lo que refleja la urgente necesidad de aplicar marcos regulatorios más claros y específicos, tanto para el consumo como el post consumo textil, incluyendo la gestión de estos residuos (Sandvik & Stubbs, 2023). Esta carencia legislativa en muchos de los países investigados obliga muchas veces a realizar iniciativas ciudadanas aisladas y voluntarias, cuyo impacto y difusión resultan inherentemente limitados.

De igual manera, la brecha informativa y de educación ambiental se perfila como una de las más persistentes y fundamentales, ya que, sin una adecuada difusión de conocimientos sobre los impactos ambientales y sociales de la industria textil, se dificulta mucho más generar cambios conductuales significativos y conscientes en la población (Bly et al., 2023). Muchos consumidores operan desde un desconocimiento, lo que se refleja en hábitos y comportamientos de consumo poco sostenibles.

Asimismo, está la brecha tecnológica y de infraestructura, la cual está muy presente en países de América Latina que carecen de infraestructura adecuada para el reciclaje o la valorización de residuos textiles, considerado un freno importante. Esta situación se agrava por la brecha económica, donde influye la falta de incentivos económicos que fomenten la circularidad del sector y así poder innovar en soluciones sostenibles.

Finalmente, las brechas de carácter cultural y/o de gobernanza igual están presentes y desempeñan un rol crucial, ya que los actores clave tienen una coordinación deficiente y una planificación estratégica a largo plazo insuficiente, lo que genera como consecuencia la dificultad para implementar políticas efectivas y el seguimiento de estas.

En el contexto chileno, estas brechas se presentan de forma particularmente acentuada. A pesar del significativo avance que presenta la reciente incorporación de los residuos textiles como prioritarios en la ley REP, el país aún carece de normativas específicas sobre producción, etiquetado, comercialización o posconsumo textil. Esta ausencia deja en evidencia la distancia entre el contexto nacional y las experiencias regulatorias de países que han avanzado en la regulación del sector. Por lo tanto, la implementación de medidas efectivas en Chile de una

adaptación y desarrollo normativo continuo, sino también un cambio estructural en los enfoques educativos y de gobernanza ambiental.

4.1.5 Adaptación de Soluciones y Desafíos en el Contexto Chileno

La implementación de soluciones sostenibles para la industria textil en Chile requiere de una profunda reflexión sobre la adaptación de modelos internacionales a la realidad local. A pesar de la reciente y ya mencionada incorporación de residuos textiles como prioritarios dentro de la ley REP en el país, sigue existiendo falta de solidez en normativas específicas sobre producción, comercialización, consumo y postconsumo textil, lo cual representa una de las brechas más significativa actualmente.

A partir de las diferentes experiencias internacionales que se analizaron mediante esta búsqueda, Chile tiene la oportunidad de aplicar algunas de estas medidas y avanzar a un desarrollo sostenible. Modelos como la Ley de Residuos y Economía Circular de Francia (AGEC) y la Ley de Debida Diligencia Corporativa de Alemania (LkSG) ofrecen marcos robustos para abordar la circularidad y la responsabilidad en las cadenas de suministro (Légifrance, 2020; BaFA, 2023). En España, la Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados y el desarrollo de Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada (RAP) como ASRTEX y GERESCAL para textiles y calzado, brindan un ejemplo de cómo estructurar la gestión del fin de vida de los productos. Incluso las normativas de etiquetado (MMA, 2025), un aspecto que Chile, a pesar de tenerlo podría actualizarse hacia un estándar de sostenibilidad más amplio.

No obstante, la réplica o adaptación de estos modelos significa diversas barreras para Chile, siendo una de las más fundamentales la brecha informativa y de educación ambiental, ya que los consumidores chilenos presentan un escaso conocimiento sobre los impactos de esta problemática. Para generar cambios reales y concretos en el ámbito de las personas y una demanda ciudadana por prácticas más sostenibles, es importante que exista una sensibilización al respecto, la cual se dificulta con lo nombrado anteriormente. Políticamente, la falta de planificación a largo plazo y la coordinación deficiente de los actores clave son grandes obstáculos que impiden la implementación de normativas e iniciativas efectivas.

En base a lo anterior, la percepción ciudadana cumple un rol fundamental en la implementación de cambios respecto a normativas (Mukherjee et al., 2023), ya que una mayor conciencia sobre

los impactos ambientales y sociales de la industria textil mantienen más informadas a las personas y generan una presión pública, lo que a su vez puede incentivar a la creación de nuevas prácticas. Es por esto, que la brecha informativa es un paso crítico para fomentar un consumo más consciente y consecuente, facilitando la adopción y efectividad de políticas sostenibles en Chile.

4.2 Identificación de percepción y hábitos de consumo de la población de Concepción con respecto a los impactos ambientales del consumo textil

Para poder comprender en mayor profundidad la percepción de la ciudadanía respecto a los impactos socioambientales del consumo y postconsumo textil y los factores que influyen en hábitos y decisiones de compra, se aplicó una encuesta estructurada a 385 personas residentes en la comuna de Concepción. Este instrumento permitió indagar en tres dimensiones clave de la percepción, cognitiva, afectiva y conductual, abordando diferentes aspectos como el conocimiento de diferentes conceptos, las emociones asociadas a la problemática textil y comportamientos de consumo reales. A partir del análisis de los resultados obtenidos se identificaron distintos patrones fundamentales que permiten de alguna manera caracterizar tanto los niveles de conocimiento, la sensibilización ambiental de la población y las barreras para la adopción de prácticas más sostenibles, pero desde una mirada más cercana y local.

A continuación, se presentan y discuten los principales hallazgos en torno a cada una de estas dimensiones, respaldados además de la información recolectada en el objetivo 1, correspondiente a antecedentes bibliográficos y estudios similares a nivel nacional e internacional. La encuesta completa y el resto de los resultados obtenidos se encuentran en el anexo N°7.

4.2.1 Análisis descriptivo

4.2.1.1 Rango de edad de los/as encuestados/as

Los resultados de la encuesta revelan que el rango de edad predominante con un 60,52% es de 18-25 años, mientras que los grupos de edades siguientes reflejan un índice decreciente, ya que con un 15.32% le sigue el segmento de 26-35 años y luego 36-45 años con un 7.01%. El grupo poblacional perteneciente al rango 46-55 años constituyen el 7.79%, mientras que aquellas personas en un rango de edad entre 56 años o más, se ven representados por un 9.35%. Esta concentración en el grupo etario más joven se ve influida por las prioridades respecto al consumo y postconsumo textil, no obstante, también representó una limitación al momento de encuestar, ya que las personas pertenecientes al rango etario menor, presentaron mayor disposición e interés en responder la encuesta, además de tener un mayor acceso a la aplicación del instrumento de forma online. Por otro lado, gran parte de las personas pertenecientes a un rango etario mayor reflejaron mayor resistencia a responder las preguntas a pesar de hacer la aplicación tanto online como presencial.

4.2.1.2 Distribución por género

En relación al género de los/as encuestados/as, se vio una clara inclinación femenina, ya que el 66.49% de la muestra se ve representada por mujeres. Los hombres constituyen un 31.17% de esta y también un 2.34% de las personas respondieron “otro/prefiero no decir”. Esta predominancia por parte del género femenino es bastante relevante, dado que dentro del consumo y compras textiles hay una importante diferencia entre las prácticas y el tipo de producto adquirido que difiere según el género. Por ejemplo, las mujeres compran un 65% mas prendas que los hombres anualmente, con mayor enfoque en moda rápida. (Bruzzi & Gibson, 2023).

4.2.1.3 Nivel educacional alcanzado

El nivel educacional alcanzado tiene una clara inclinación por la educación superior, donde la mayoría de personas encuestadas corresponde a educación técnica o universitaria incompleta con un 48.83%, seguido de aquellos que ya completaron una carrera técnica o universitaria representando un 32.47% de los/as encuestados/as. Por otro lado, hay un 12.47% de la muestra que representa aquellas personas que completaron hasta la educación media y quienes han alcanzado un postgrado reflejan un 6.23% de las respuestas. Cabe destacar que ninguna persona de la población encuestada posee la educación básica como su máximo nivel educacional alcanzado.

El perfil educacional de la muestra evidencia una fuerte presencia de personas con estudios superiores, especialmente en niveles técnicos y universitarios, lo que podría reflejar una mayor exposición a información ambiental o una mayor capacidad para entender problemáticas como los impactos socioambientales del consumo textil. La literatura sugiere que un mayor nivel educativo puede facilitar el desarrollo de actitudes proambientales y una mayor conciencia crítica frente a temas de sostenibilidad (Wynes et al., 2023); sin embargo, esta relación no siempre se traduce en comportamientos sostenibles, ya que diversos estudios han identificado una brecha entre el conocimiento ambiental y las prácticas reales de consumo (Kollmuss & Agyeman, 2023).

4.2.1.4 Ocupación actual de la población

Respecto a la ocupación actual de la mayoría de la población, esta refleja que un 54.55% son estudiantes, por otro lado, aquella parte de la muestra que actualmente tienen un trabajo dependiente corresponde al 22.86% de la población encuestada, mientras que aquellos/as que poseen un trabajo independiente representan un 9.61% de la muestra. Otras de las alternativas con porcentajes menores son cesante con un 8.31%, dueño/a de casa con un 2.08%, jubilado/a o pensionado/a con un 1.82% y otro con un 0.78%.

El perfil ocupacional de la muestra evidencia una alta representación de estudiantes, un grupo que por su contexto se encuentra frecuentemente más expuesto a discursos sobre sostenibilidad y están más activos con las tendencias de moda (Jensen et al., 2023). Por otro lado, la menor presencia de trabajadores tanto dependientes como independientes, de la mano con que gran

parte de la muestra son estudiantes, sugiere que una gran parte de la muestra aún no cuenta con autonomía económica total. Esto podría ser considerada una limitación al priorizar precios más accesibles dentro de las decisiones de consumo textil, por sobre consideraciones ambientales o éticas.

4.2.1.5 Ingreso mensual aproximado

Los resultados de esta pregunta reflejan que la categoría con mayor representación es de \$0-\$510.636, con un 56,62%, seguido por los rangos de ingresos de \$510.636-\$800.000, con un 11.69%, \$800.000-\$1.500.000 con un 11.17%, \$1.500.000-\$3.000.000 con un 8.31% y finalmente quienes obtienen un ingreso mayor a \$3.000.000 representan un 9.35% de la muestra.

El análisis de los ingresos mensuales de la población de Concepción refleja que una gran mayoría se encuentra en el tramo más bajo, dato coherente con la predominancia de estudiantes y que es considerada una evidencia de la realidad económica que prioriza el precio sobre la sostenibilidad en el consumo, lo cual puede explicar algunas contradicciones en las decisiones de compra. Por otra parte, que un bajo porcentaje de la muestra represente a la población con ingresos superiores limita que esta refleje el poder adquisitivo de ciertos sectores, quienes en algunos casos tienen mayor acceso a productos sustentables (Cohen & Sakar, 2023), debido a los elevados precios asociados a este tipo de productos. Esta distribución de ingresos puede ser perjudicial en la percepción de barreras estructurales para un consumo responsable, como lo es el desconocimiento de opciones sostenibles en el mercado local.

4.2.1.6 Macrosectores de la comuna de Concepción

La distribución territorial presente en la muestra es bastante diversa, pero con una inclinación hacia ciertos macrosectores de la comuna de Concepción, donde aquellos con mayor índice de residencia son el centro sur (sector comercial) y centro oriente, ambos con un 18.70% y seguidos del centro norte con un 17.40% y el macrosector de Collao con un 11.43 %. Estas zonas dentro de la población representan sectores más céntricos y urbanizados, por lo tanto, se evidencia una mayor densidad poblacional y, a su vez, un acceso considerable a servicios, centros educativos

y comerciales, lo que contribuye a un mayor acceso y disposición de responder encuestas digitales como la implementada en esta investigación.

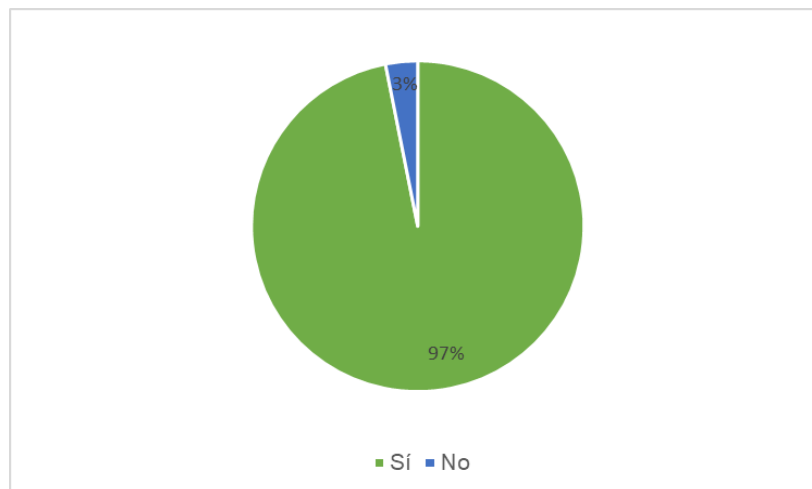
Por el contrario, algunos macrosectores presentan una menor participación como Lorenzo Arenas con un 1.30%, Palomares con un 1,82% y camino a Penco-Valle Andalién con un 3.12%. Lo anterior puede verse afectado por factores como limitado acceso a internet, densidad poblacional menor o desinterés en problemáticas textiles (Rodríguez & Pérez, 2023), lo que refleja desigualdades en la distribución de información ambiental. Esta desigualdad territorial nuevamente podría estar relacionada a posibles brechas informativas o vacíos de conocimiento, lo que afecta en la sensibilización con la problemática y disminuye el interés en ella.

4.2.2 Análisis a partir de dimensiones de la percepción

4.2.2.1 Dimensión cognitiva

Figura 8.

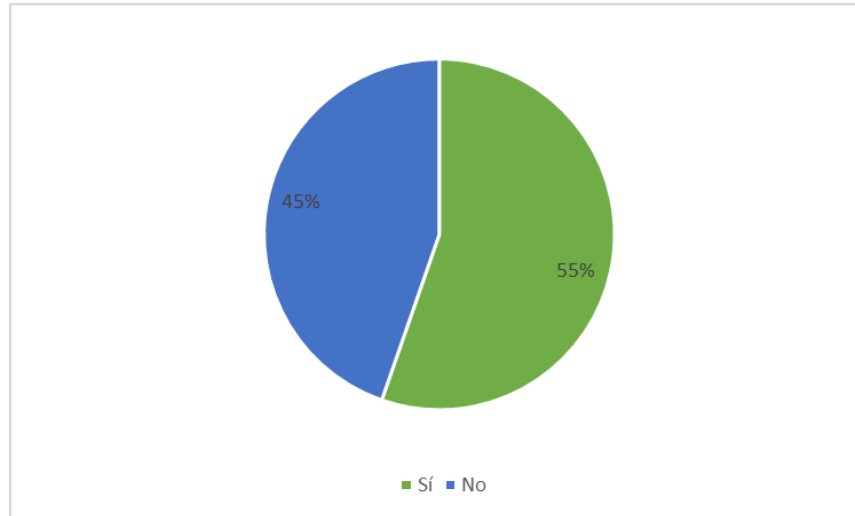
Frecuencia con la que se ha escuchado el término sostenibilidad/sustentabilidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

Figura 9.

Frecuencia con la que se ha escuchado el término Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

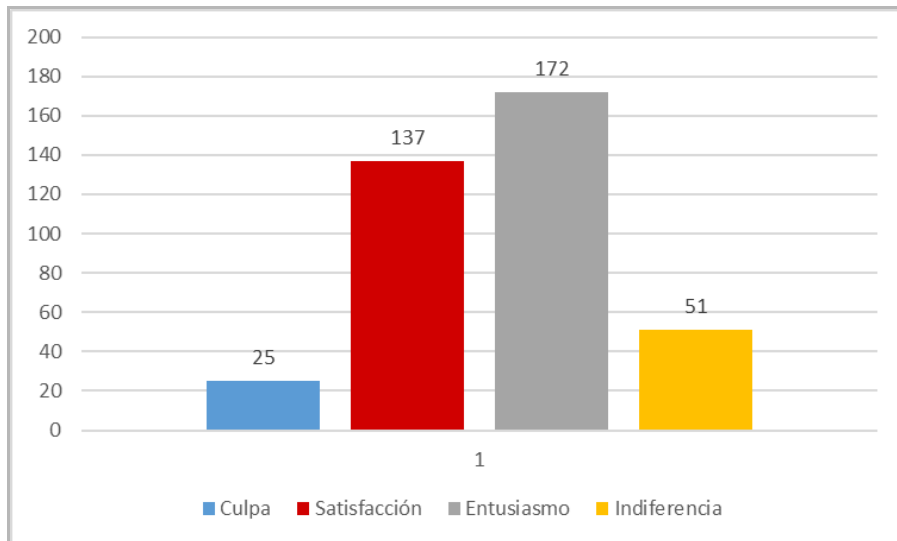
Los resultados del estudio revelan una marcada diferencia en el reconocimiento de conceptos clave, ya que mientras que el 97% de los encuestados/as afirmó reconocer el término 'sostenibilidad', indicando su consolidación en el discurso social, sólo el 55% manifestó haber escuchado el concepto de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Esta desigualdad sugiere una brecha entre la familiaridad con el concepto amplio de sostenibilidad y el conocimiento de marcos de acción más específicos.

La alta familiaridad con el término sostenibilidad coincide con su uso extendido en diversas políticas públicas y estrategias de marketing, por otro lado, la menor familiaridad con los ODS podría atribuirse a una insuficiente difusión de estos objetivos en Chile, particularmente fuera de los entornos académicos. Por ello, se hace evidente la necesidad de desarrollar estrategias locales que vinculen problemáticas específicas y acciones concretas con el marco de los ODS, facilitando su comprensión y adopción a nivel ciudadano.

4.2.2.2 Dimensión afectiva

Figura 10.

Sentimiento o emoción más frecuente al comprar una prenda de ropa nueva.

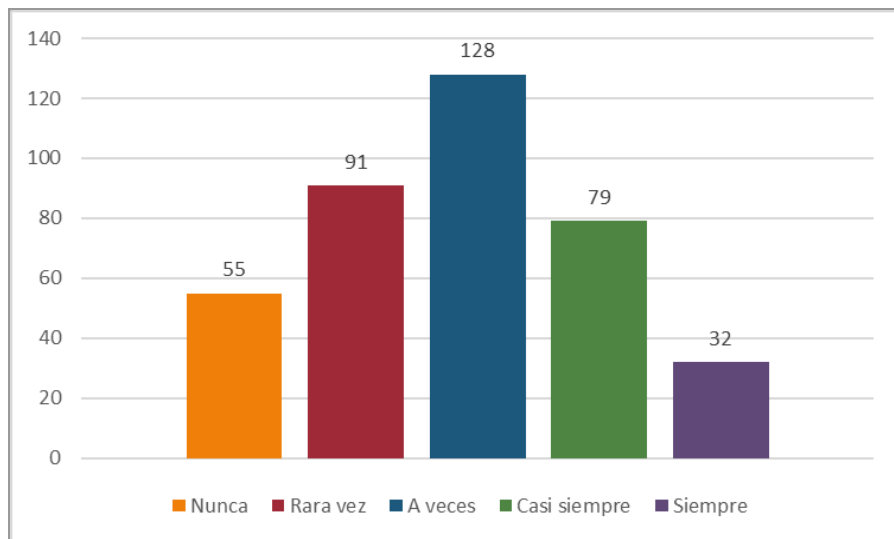


Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

La Figura 10 revela que la mayoría de la población encuestada reportan emociones positivas como la felicidad, emoción o satisfacción al adquirir una prenda de ropa nueva, lo que puede estar asociado a una recompensa emocional rápida y que, a su vez, muchas veces es un factor determinante que impulsa el consumo frecuente de ropa. Algunos estudios de consumo (Atalay & Meloy, 2011), resaltan que las compras provocan placer inmediato, activando sistemas de recompensa cerebral similares a otros estímulos gratificantes.

Figura 11.

Frecuencia con la que se considera el impacto que pueda tener eliminar una prenda de ropa en el ambiente.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

Por otro lado, la Figura 11 refleja que solo el 8.31% piensa “siempre” en el impacto que podría tener desechar ropa en el medio ambiente, por lo que aquellos que no lo consideran podrían estar desvinculados de las consecuencias de sus acciones o no estar conectando con la problemática en cuestión. Existe una teoría de psicológica” (Susie Wang, 2021) que hace hincapié en aquellos impactos ambientales que se sienten lejanos en tiempo y espacio, porque estos no estarían afectando de forma inmediata desde la perspectiva de quien lo piensa.

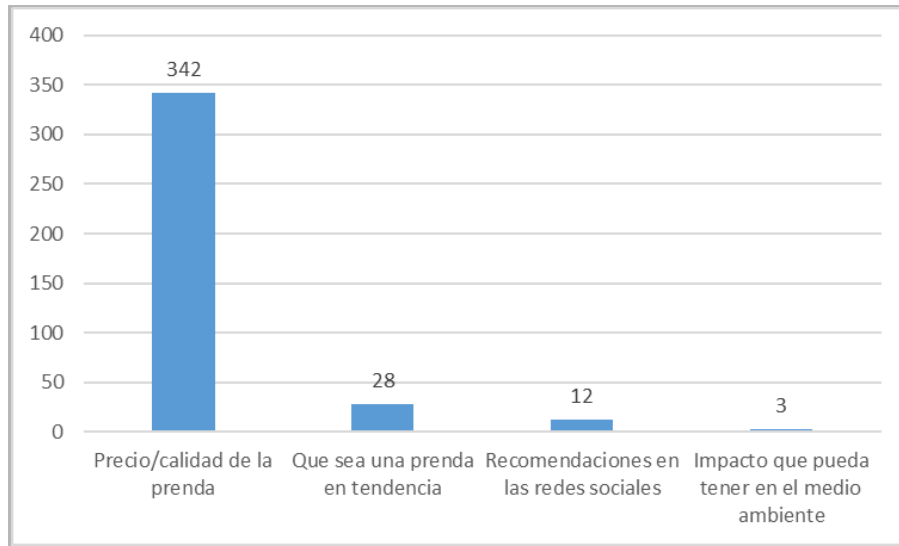
Al relacionar ambas figuras mostradas con anterioridad, estas demuestran que mientras la compra genera felicidad, el desecho de ésta rara vez provoca tristeza o culpa, lo que demuestra una clara desconexión afectiva entre el consumo de las prendas textiles y sus externalidades.

4.2.2.3 Dimensión conductual

4.2.2.3.1 Toma de decisiones de compra

Figura 12.

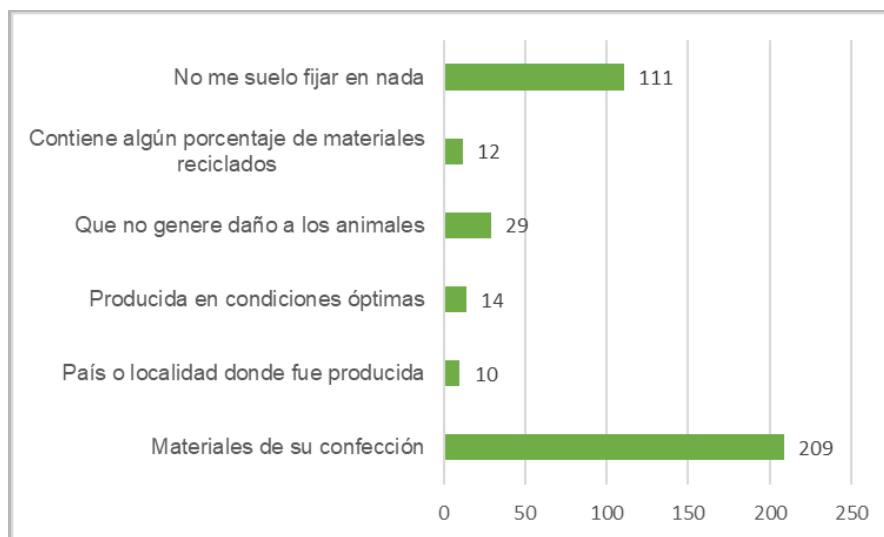
Principal factor que influye en las decisiones de compra.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

Figura 13.

En que suelen fijarse las personas al elegir una prenda.



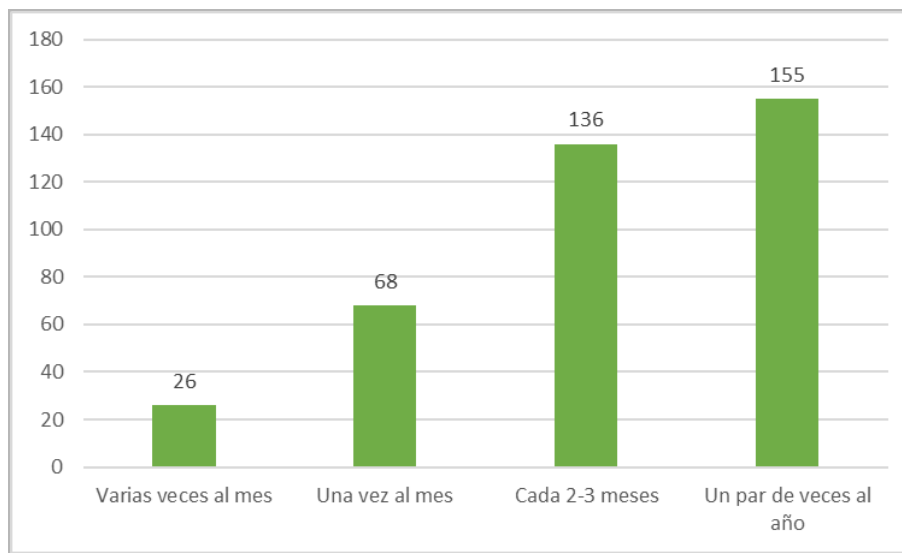
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

Los resultados de la encuesta indican que el 89% de los participantes valora la relación precio/calidad como el factor más importante al adquirir una prenda de vestir. En estrecha relación, el material de confección es el factor que más influye en la elección para el 54.29% de la muestra, lo que sugiere una priorización de la comodidad y la durabilidad en la ropa. Adicionalmente, considerando que la mayoría de la población encuestada está compuesta por estudiantes, la importancia del precio en sus decisiones de compra se vuelve aún más relevante.

Por otra parte, un 29% de los encuestados manifestó no considerar ningún factor al momento de comprar ropa. Este hallazgo sugiere una priorización de atributos tangibles sobre consideraciones éticas o intangibles, como el impacto socioambiental de las prendas. Tal comportamiento podría indicar un consumo impulsivo o, desde otra perspectiva, de una falta de interés en los aspectos más profundos asociados a la producción y el ciclo de vida de la ropa.

Figura 14.

Frecuencia de compra.

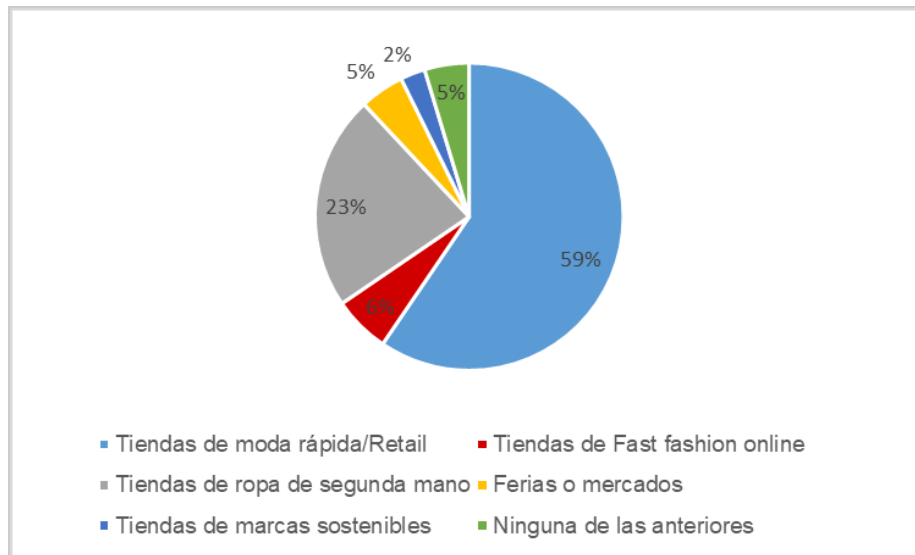


Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

Si bien, la mayoría de las personas dice comprar ropa “un par de veces al año”, hay una gran parte de la muestra que compra cada 2-3 meses o una vez al mes.

Figura 15.

Lugar más frecuente donde las personas compran ropa.

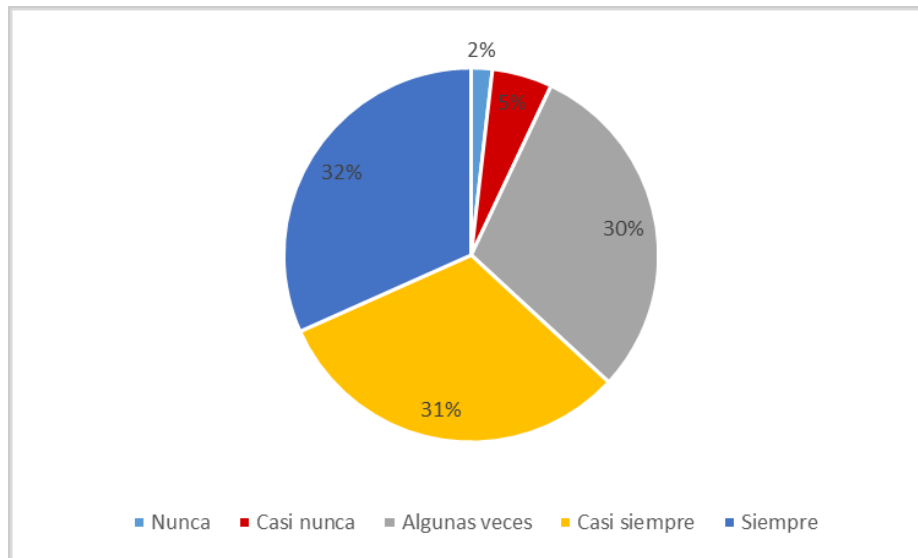


Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

El gráfico de la Figura 15 deja en evidencia que el 59% de la población realiza sus compras de ropa con mayor frecuencia en tiendas de moda rápida o retail, esto tiene directa relación con la accesibilidad y el marketing que se les da a estos lugares, ya que las cadenas de *fast fashion* la mayor parte del tiempo ofrecen precios bajos y tendencias rápidas, por lo que predominan sobre las otras opciones. Además, la ropa usada y la sostenible siguen asociadas a estigmas o altos costos (Hur, 2020), por lo que su accesibilidad se reduce.

Figura 16.

Que tan a menudo las personas analizan la necesidad de adquirir una prenda antes de comprarla.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

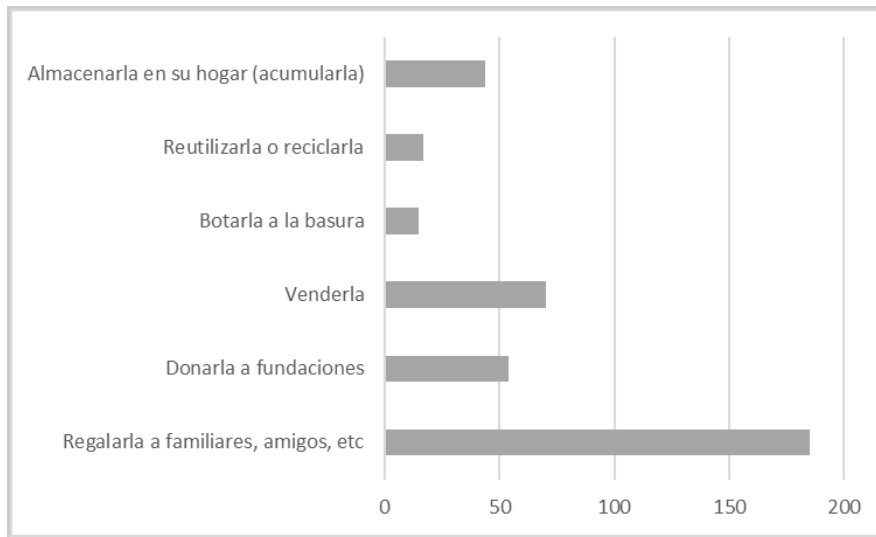
En relación a la Figura 16, se refleja que, aunque un gran porcentaje de personas afirma evaluar la necesidad de adquirir una prenda de ropa “siempre” o “casi siempre”, la frecuencia de ropa y los lugares elegidos para esto siguen estando ahí, por lo que no se limita el consumo. Muchas veces existe una intención de cambio, pero esta no se traduce en acciones por diversas razones como la presión social o la falta de alternativas asequibles.

A partir de todo lo anterior, se demuestra que la toma de decisiones de la muestra encuestada está dominada por factores prácticos y emocionales, donde pocas veces se priorizan criterios éticos o ambientales. Esto tiene como consecuencia un ciclo de consumo rápido, donde muchas veces la reflexión previa no es suficiente para evitar ciertos patrones en los hábitos de consumo y la accesibilidad que entrega la moda rápida, por lo que es necesario llevar a cabo una intervención que haga la sostenibilidad/sustentabilidad textil tangible, asequible y sobretodo deseable.

4.2.2.3.2 Comportamiento post-consumo

Figura 17.

Que hacen las personas con la ropa que ya no usan.

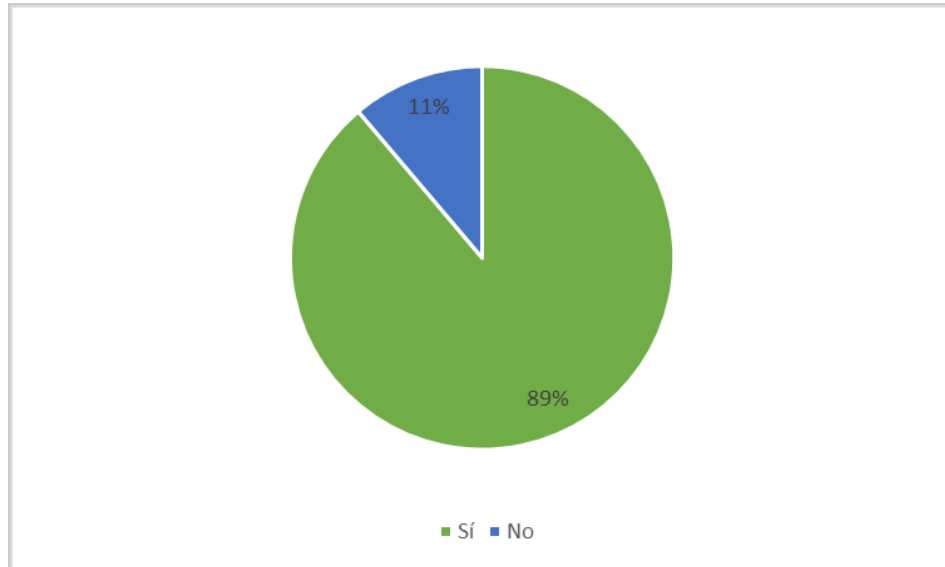


Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

Con un 48%, la práctica más común que realiza la población cuando ya no usan una prenda de ropa es regalarla a algún familiar, amigos, etc. Solo un 4% dice botar esta ropa a la basura, que, si bien pareciera ser un número bajo, es crítico por su impacto ambiental.

Figura 18.

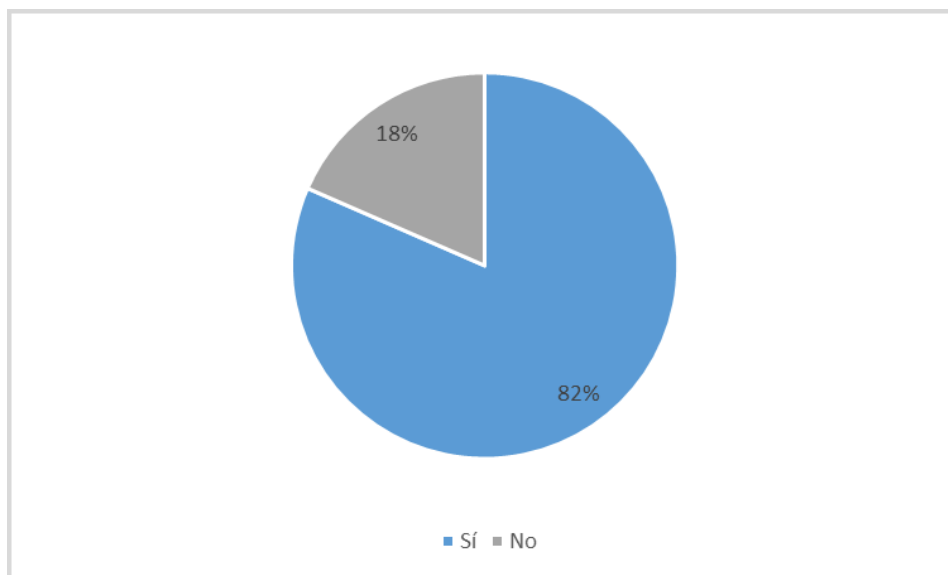
Qué porcentaje de personas ha comprado ropa usada.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

Figura 19.

Qué tan dispuestas están las personas a pagar más por ropa sostenible y de mejor calidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta y graficados en Microsoft Excel.

En relación a las dos figuras anteriores (18 y 19), se logra evidenciar que un alto porcentaje de la muestra encuestada ha comprado en la ropa usada o de segunda mano a pesar de los estigmas sociales que puedan existir (Cervellon et al., 2023), ya que estas muchas veces se han relacionado a pobreza o falta de higiene. Sin embargo, es fundamental que exista una mayor visibilización de las plataformas que venden este tipo de ropa, ya que al compararlas con las de moda rápida, estas últimas tienen mucho más alcance. Por otro lado, al analizar la cantidad de personas que dicen estar dispuestas a pagar más por ropa sustentable, se ve un alto porcentaje, pero no se refleja en acciones reales, por lo tanto, esto sugiere que muchas veces la disposición a cambiar este ánimo se ve afectada cuando el producto no es lo que se espera (Testa et al., 2024).

4.2.3 Análisis y sistematización de respuesta abierta

Como parte de la encuesta de percepción realizada, que exploró las dimensiones cognitiva, afectiva y conductual de los participantes, se incluyó una pregunta abierta para profundizar en el conocimiento y la participación en iniciativas de sostenibilidad en el consumo de ropa. Específicamente, se consultó: "¿Conoce, ha participado o recomendaría alguna iniciativa que promueva la sostenibilidad/sustentabilidad en el consumo de ropa?". Esta pregunta, de respuesta no obligatoria, fue respondida por 154 personas cuyas principales aportaciones fueron sistematizadas y se presentan a continuación en la Tabla 13.

Tabla 13.

Iniciativas que promueven la sostenibilidad/sustentabilidad recopiladas en pregunta abierta de la encuesta.

N°	Iniciativas sostenibles/sustentables posconsumo	Nombre iniciativa
1	"En mi consultorio de Lorenzo Arenas estuvo un tiempo un perchero donde la gente dejaba ropa en buen estado para que otra es que la necesitara se la llevará."	Donación de ropa
2	Ecositex.	Ecositex
3	"He visto que en otros lugares realizan trueques de ropa pero no he visto ninguno en concepción, me parece una buena idea para facilitar el intercambio de prendas que no utilizamos y así no vayan a vertederos."	Trueques
4	"Conozco, que en algunas iglesias se realizan "roperos" donde juntan ropa que la gente dona voluntariamente y regalan a las personas que deseen asistir, aunque estas actividades no tienen mucha difusión."	Donación y venta

5	“Las campañas que saca falabella para hacer canje equivalente al precio de la ropa que entregan.”	Campañas tiendas de retail
6	“Hay una tienda en el mall Bio Bio que vende o intercambia ropa usada y ayuda a una fundación.”	Coaniquem
7	“Me encantan los clóset sale de amigas o conocidas en las RRSS . Ropa linda , barata y así la moda circula !!!”	Venta de closet en redes sociales
8	“Recomendaría que haya más puntos de ferias con venta de ropa sustentable. Por ejemplo, es de conocimiento local que en la diagonal siempre están vendiendo ropa de segunda mano a precios más accesibles que en otros lados. se deben replicar espacios así.”	Puntos de ferias fijos de ropa sustentable
9	“He participado en reciclaje y restauración de prendas para darles nuevos usos.”	Reciclaje y restauración
10	“Corona te da descuentos por llevar tus prendas antiguas.”	Descuentos en tiendas de retail
11	“Conozco tiendas de instagram que reutilizan ropa y las modifican. me parece una buena instancia para promover esto, pero los precios de venta suelen ser elevados debido al tiempo que requiere la modificación de la ropa como tal.”	Creación de nuevas prendas a partir de otras
12	“Si, conozco una organización que promueve las técnicas sostenibles para diseñadores y artesanos (Run way fashion design).”	Run way fashion desing

Fuente: Elaboración propia a partir de respuestas recopiladas en encuesta de percepción.

El análisis de las respuestas entregadas en esta pregunta reveló un espectro diverso de iniciativas sostenibles en el consumo textil, dejando en evidencia tanto el conocimiento de los participantes como sus preferencias de acción; sin embargo, una gran parte de la muestra respondió esta pregunta haciendo alusión a no conocer ninguna iniciativa dentro de la temática. No obstante, dentro de quienes respondieron predominaron las prácticas relacionadas con la circularidad de la ropa, como la donación de prendas en buen estado, el intercambio o trueques y la venta de segunda mano. Estas últimas iniciativas se llevan a cabo en diferentes contextos, ya sea en roperos organizados por iglesias, hasta la venta de closet por redes sociales o ferias de ropa presenciales, lo que contribuye claramente hacia la extensión de la vida útil de las prendas y textiles y a su vez la reutilización.

Por otro lado, se identificaron algunas iniciativas que promueven el valor añadido a través de prácticas como el reciclaje, la restauración y el diseño sostenible de prendas, donde muchas veces se presenta la oportunidad de transformar los textiles o darles un nuevo uso. A su vez, se mencionaron ciertas campañas y tiendas de retail que “incentivan” la entrega de ropa usada o el

canje por descuentos, lo que refleja una conexión entre el consumo y las opciones de sostenibilidad ofrecidas desde el comercio.

Para potenciar estas tendencias y que la contribución de los consumidores hacia un modelo de consumo responsable sea mayor, es fundamental la efectiva difusión de estas iniciativas ya que no basta solo con que estén, deben ser conocidas y comprendidas para que exista participación y sensibilización al respecto. Muchas veces las redes sociales ofrecen este nivel de visibilización, pero también su rol debe ser gestionado estratégicamente para no afectar de forma negativa. Por otro lado, la disponibilidad y accesibilidad de lugares específicos para la gestión de residuos textiles es muy relevante, ya que la creación de infraestructura adecuada facilita la acción del consumidor (Sandvik et al., 2024). Por lo tanto, todos los factores nombrados anteriormente son esenciales para cambiar la cultura actual de consumo insostenible y avanzar hacia una economía verdaderamente circular.

4.2.4 Dimensión que predomina

El análisis de las dimensiones evaluadas en la encuesta evidencia que la dimensión afectiva ejerce una influencia preponderante. Esto se manifiesta en la primacía de las emociones sobre la racionalidad, ya que, aunque un 82% de los encuestados declaró disposición a pagar por moda sustentable, en la práctica el 89% prioriza el precio/calidad al comprar y un 68% adquiere ropa mensualmente en tiendas de moda rápida. Este patrón sugiere que las emociones positivas asociadas al consumo inmediato suelen anular el conocimiento teórico y las intenciones de adoptar conductas más sostenibles. Adicionalmente, si bien sólo un 4% desecha la ropa directamente a la basura, la mayoría no reflexiona sobre el impacto ambiental posterior de estas prendas, lo que confirma que, incluso cuando existen opciones para prácticas relativamente sostenibles, estas a menudo no derivan de una conciencia profunda, sino de influencias sociales o de la inercia del día a día.

En este contexto, la dimensión afectiva se revela como el principal motor del comportamiento textil en la muestra estudiada, debido a que a pesar del conocimiento que los individuos puedan poseer sobre conceptos de sostenibilidad o datos relacionados con la problemática, sus decisiones de compra a menudo persisten en hábitos insostenibles. Este hallazgo subraya la absoluta necesidad de diseñar campañas que trasciendan la mera entrega de información y que

dichas iniciativas se enfoquen en sensibilizar profundamente a favor del medioambiente y en facilitar alternativas de consumo accesible que resuenen emocionalmente con los consumidores.

La población estudiada en Concepción exhibe una disociación crítica entre el saber, el sentir y el actuar. Si bien se percibe una aproximación hacia una conciencia ambiental más robusta, los hábitos de consumo se encuentran fuertemente influenciados por emociones de satisfacción inmediata, por el impulso o por una desconexión afectiva con los impactos a largo plazo de sus decisiones. Superar esta brecha es fundamental para lograr un cambio significativo hacia patrones de consumo más responsables.

4.3 Determinar los factores de comportamiento que influyen en el consumo de la población y/o las barreras para implementar prácticas más sostenibles.

Adicional a la información obtenida mediante la revisión bibliográfica y los resultados de la encuesta aplicada previamente, se llevó a cabo un grupo focal con actores clave vinculados a distintas áreas relacionadas con el consumo textil y la sustentabilidad. Esta actividad tuvo como propósito recoger diversas perspectivas y opiniones actualizadas sobre la problemática, profundizando específicamente en las percepciones, comportamientos y brechas que enfrentan las personas al momento de adoptar prácticas más responsables y sostenibles. A través del intercambio de ideas y la reflexión colectiva, se buscó complementar los resultados cuantitativos con una mirada cualitativa con el objetivo de identificar desafíos comunes, vacíos de conocimiento y posibles líneas de acción desde lo local.

Es importante señalar que una de las principales limitaciones para este objetivo fue la coordinación de los/as asistentes, ya que, si bien se buscó poder reunir a todos los perfiles inicialmente definidos, la coordinación y disponibilidad de los/as invitados/as dificultó los tiempos y dinámicas previstas, por lo que se reorganizó principalmente el día y así se aseguró la participación mínima necesaria. A continuación, la Tabla 14 integra los perfiles de los/as participantes que finalmente constituyeron el grupo focal.

Tabla 14.

Perfiles de participantes constituyentes del grupo focal.

Nombre	Rango etario	Ocupación
Participante 1	18-25 años	Psicóloga diplomado psicología comunitaria.
Participante 2	18-25 años	Psicóloga diplomado psicología comunitaria.
Ana Lorena Castillo	55 años o más	Coordinadora Vinculación con el medio.
Participante 4	55 años o más	Jefa de biblioteca Centro de Ciencias Ambientales EULA.
Participante 5	46-55 años	Secretaria de pregrado Facultad de Ciencias Ambientales.
Participante 6	18-25 años	Estudiante de ingeniería comercial, dedicada a las redes sociales.
Participante 7	26-35 años	Ingeniera ambiental, estudiante de doctorado en Ciencias Ambientales.
Participante 8	55 años o más	Dra. en ciencias de la ingeniería.
Participante 9	46-55 años	Bióloga marina y Dra. en química ambiental.

Fuente: Elaboración propia a partir de Microsoft Excel.

4.3.1 Asociación de conceptos: nube de palabras

La reunión se estructuró en cinco fases principales: la introducción y contextualización de la investigación realizada, la presentación de la problemática asociada a los residuos textiles, un resumen de los principales datos nacionales e internacionales de la industria textil y sus impactos, la exposición de los resultados clave de la encuesta aplicada en el objetivo 2, y una sesión final de preguntas y respuestas. Previamente a la exposición de estos datos, se realizó una dinámica interactiva mediante la aplicación Mentimeter, donde se solicitó a las asistentes relacionar los "residuos textiles" con tres conceptos, a partir de lo cual se generó una nube de palabras que se presenta en la Figura 20.

Figura 20.

Nube de palabras en torno al concepto residuos textiles.



Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación Mentimeter.

La Figura 20 revela tres ejes centrales en la percepción de los participantes sobre los residuos textiles, los cuales se sistematizan a continuación en la Tabla 15.

Tabla 15.

Interpretación de conceptos reunidos en nube de palabras.

Categoría	Concepto clave	Interpretación
Problemas ambientales	Contaminación, sobreconsumo, desperdicios, pérdida de recursos.	Se identifica el impacto ecológico como preocupación central.
Sistema económico	Capitalismo, consumismo, <i>fast fashion</i> .	Se relaciona el problema a estrategias globales de producción y consumo.
Materiales y oportunidades	Algodón, ropa sintética, tela, oportunidad para crear.	Hay conciencia respecto a los materiales y potenciales soluciones (economía circular).

Fuente: Elaboración propia a partir de conceptos reunidos en la nube de palabras.

Al analizar la Figura 20 y la tabla de iniciativas presentadas, se evidencia que los conceptos predominantes asociados a los residuos textiles son “contaminación” y “sobreconsumo”. Esta recurrencia sugiere una visión crítica por parte de los/as participantes sobre el impacto de la industria, lo cual coincide con estudios anteriores que señalan que el *fast fashion* o moda rápida es percibido como una representación del consumo destructivo (Niinimäki, 2015). Por otro lado, la aparición de conceptos como “capitalismo” y “responsabilidad” evidencian que hay una crítica al sistema, pero a su vez las personas se sienten parte del problema, por ejemplo, una de las contradicciones encontradas de ser conscientes de la problemática, pero seguir comprando de forma desmedida. No obstante, también se utilizaron términos como “oportunidad para crear” y “algodón”, que demuestran a su vez que hay apertura a soluciones, pero falta de claridad en su implementación.

4.3.1.1 Relación con resultados de la encuesta (objetivo 2)

Con respecto a la consistencia de datos cuantitativos, la preocupación por la contaminación reflejada en la nube de palabras vs el 4% de las personas que eliminan la ropa que ya no usan en el medio ambiente, revela nuevamente una brecha entre la actitud y lo que realmente se hace. Además, la repetición del concepto *fast fashion* explica de alguna manera porque el 68% de la muestra encuestada compra mensualmente en tiendas de este tipo. Por otro lado, existe un contraste revelador respecto al énfasis que se le da al concepto de “responsabilidad” en la figura mostrada y como menos del 1% de quienes respondieron la encuesta consideran el impacto socio ambiental como factor importante al comprar ropa. Muchas veces existe una conciencia colectiva, pero al momento de actuar de forma individual este comportamiento no se traduce.

En síntesis, la nube de palabras captura la tensión inherente entre la creciente conciencia ambiental y la inercia del sistema de consumo. Si bien los/as participantes son conscientes de la problemática, la falta de caminos claros para la acción efectiva persiste. Por lo tanto, la clave reside en transformar esta conciencia crítica en herramientas concretas y accesibles, haciendo que los principios de la economía circular sean tangibles y atractivos para el consumidor.

4.3.2 Integración de resultados cualitativos y cuantitativos sobre barreras y soluciones para la sostenibilidad textil

Tras concluir la presentación en el grupo focal, se realizó una segunda dinámica basada en dos preguntas clave de la encuesta de percepción aplicada en el objetivo 2 (ver Anexo N°7). Estas preguntas, originalmente formuladas con una escala Likert de 1 a 5, buscaban que los participantes valoraran la importancia de ciertas medidas públicas, así como de diversas barreras para la implementación de prácticas sostenibles. Para la dinámica específica con Mentimeter, se seleccionaron las tres alternativas más votadas de cada pregunta y se solicitó a las asistentes que las jerarquizaran según su relevancia.

La investigación, que combinó metodologías cuantitativas y cualitativas, ha revelado un complejo panorama de desafíos en el consumo textil de Concepción. Además, se han puesto de manifiesto tensiones fundamentales entre la conciencia ambiental y las prácticas reales de consumo. A continuación, se presenta un análisis integrado en torno a estos ejes temáticos.

4.3.2.1 Jerarquización de prácticas sostenibles

Figura 21.

Clasificación en orden de importancia de medidas públicas para promover la moda sustentable.



Fuente: Elaboración propia a partir de respuestas obtenidas en dinámica con la aplicación Mentimeter.

A partir de la Figura 21, y la discusión en el grupo focal se reflejó un enfoque pragmático respecto a las soluciones para el consumo textil. Los espacios para el intercambio de ropa fueron considerados la opción más importante por las asistentes, respaldado por argumentos como “cuando hay espacios, la gente actúa”. No obstante, se identificaron barreras significativas como

el estigma asociado a la ropa usada y la deficiencia en la infraestructura para la gestión de residuos textiles. Esto sugiere que tales iniciativas deben complementarse con campañas que promuevan la normalización de su uso, como intercambios con influencers o la organización de closet sales online, entre otras estrategias.

En contraste, medidas más radicales, como la restricción directa a empresas contaminantes, generaron mayor escepticismo en cuanto a su viabilidad legal. Las opiniones vertidas en el grupo focal aportaron matices valiosos, sugiriendo que, en lugar de una prohibición total de estas industrias, se considere la aplicación de mecanismos de mercado, tales como impuestos progresivos medida ya implementada en países como Francia, además de una fiscalización reforzada. Este enfoque subraya la necesidad de equilibrar la ambición ambiental con el realismo político en el diseño de políticas públicas.

4.3.2.2 Jerarquización de brechas para la implementación de prácticas sostenibles

Figura 22.

Clasificación en orden de importancia de brechas para la implementación de nuevas prácticas.



Fuente: Elaboración propia a partir de respuestas obtenidas en dinámica con la aplicación Mentimeter.

A partir de la discusión generada en el grupo focal en torno a la pregunta reflejada en la Figura 22, la falta de información sobre los impactos ambientales del consumo de ropa emergió como la principal barrera identificada. Este hallazgo cuantitativo, priorizado por el 45% de las encuestadas, se vio respaldado por narrativas cualitativas que destacaron la escasa accesibilidad y difusión de la información disponible. Una participante enfatizó: “El eco etiquetado es clave porque las campañas no son permanentes”, subrayando la necesidad de datos concretos que vinculen el consumo de ropa con sus consecuencias socioambientales. Sin embargo, la mera disponibilidad de información no garantiza cambios conductuales, lo que se alinea con la teoría

de la brecha actitud-acción (Kollmuss & Agyeman, 2002), la cual postula que la información debe ser relevante, local y procesable.

Las participantes del grupo focal señalaron que, si bien existe un conocimiento de términos relacionados con la problemática, como 'contaminación textil', las herramientas existentes son insuficientes para traducir esta comprensión en acciones concretas y significativas.

La falta de normativas ambientales específicas para la producción y el consumo textil se posicionó como la segunda barrera más votada, lo que refleja una desconfianza generalizada hacia la autorregulación empresarial. Dentro del grupo focal, esta preocupación propició un debate sobre la viabilidad de restringir prácticas que no cumplen con estándares de sostenibilidad. Una participante se cuestionó: “¿Cómo restringir empresas sin normativas claras?”, mientras otra propuso la implementación de “impuestos a las importaciones” como una medida factible.

La información recolectada pone en evidencia un dilema central, la percepción de la necesidad de medidas más estrictas coexiste con limitaciones estructurales. Por ejemplo, se mencionó que “prohibir la llegada de empresas es inconstitucional”, lo que resalta la urgencia de explorar alternativas como los desincentivos económicos previamente aludidos o incentivos positivos. Además, el análisis de la efectividad de iniciativas en otros países sugiere que Chile podría adaptar marcos regulatorios ya implementados internacionalmente a su contexto local.

Finalmente, la falta de interés personal fue jerarquizada como la tercera barrera. Aunque fue la última opción, se enfatizó su relevancia, ya que plantea una paradoja significativa. Un resultado clave expuesto en la reunión, que mostró la disposición del 82% de la población encuestada (objetivo 2) a pagar más por moda sustentable, contrastó con experiencias relatadas en el grupo focal que evidenciaron un individualismo arraigado. Frases como “¿Para qué voy a reutilizar si no viviré el impacto?” revelaron una profunda desconexión entre la conciencia global sobre la problemática y la motivación personal para actuar.

El grupo focal ofreció soluciones concretas, como la integración de la educación ambiental desde la primera infancia y en la educación básica. Un consenso clave fue la propuesta de “Incluir talleres de costura en el currículum”, iniciativa que no solo fomentaría actividades recreativas, sino que también cultivaría una cultura de valorización del recurso textil desde edades tempranas.

Esta fase de la reunión expuso el consumo insostenible como un círculo vicioso, donde las normas sociales son perjudiciales y los marcos regulatorios requieren mayor fortaleza. No obstante, tal como señaló una de las participantes: “La solución está en que todos y todas asumamos esta causa como propia”, lo que sugiere que, sólo a través de un compromiso colectivo, se podrá evolucionar desde la crítica sistémica hacia la construcción de alternativas donde la sostenibilidad sea accesible, deseable y un objetivo común. El Anexo N°8 presenta algunas fotografías de lo que fueron las etapas nombradas anteriormente.

4.3.3 Temas emergentes del diálogo

Uno de los temas emergentes más relevantes durante la conversación del grupo focal fue la reciente incorporación de los residuos textiles como prioritarios dentro de la Ley REP en Chile (MMA, 2025). Este hito fue abordado con una mezcla de expectativa e incertidumbre. Sin embargo, se destacó que, si bien representa un avance significativo que marcará un antes y un después, su impacto real dependerá en gran medida de su implementación efectiva y su fiscalización. Como mencionó una de las asistentes: “Va a depender de cómo se implemente, porque el residuo textil es muy masivo”, lo que refleja una preocupación compartida respecto a la capacidad del sistema para abordar una problemática hasta entonces considerada invisibilizada.

Asimismo, se reconoció el principio de responsabilidad extendida del productor como un paso fundamental. Una participante expresó: “el mismo hecho de que el vendedor se va a tener que hacer responsable de parte de los residuos que genera, ya es algo”. Esto sugiere que, a pesar de la desconfianza inicial, se valora el enfoque preventivo que puede derivarse de una ejecución correcta de la ley. Sin embargo, se percibieron vacíos de información tanto desde la perspectiva de los/as consumidores/as como de los mismos actores clave, indicando que esta brecha de conocimiento ya identificada en los objetivos previos de la investigación, cobra aún mayor fuerza con estas perspectivas cualitativas.

En síntesis, el grupo focal permitió profundizar en aspectos no explorados completamente en los objetivos previos, aportando una perspectiva más integral, cercana y situada sobre el consumo textil y sus implicaciones. La incorporación de diversos puntos de vista, con conocimientos y experiencias desde distintos ámbitos, enriqueció la comprensión de barreras estructurales, culturales y, especialmente, emocionales para la adopción de prácticas más sostenibles.

Asimismo, la emergencia de temas como la implementación de la Ley REP, el rol de la industria de la moda y la conexión emocional con las prendas, reflejan una problemática compleja y multifactorial. A partir de estos hallazgos, se identificaron nuevas oportunidades para mejorar la educación ambiental, la comunicación y la regulación, abriendo nuevas líneas de reflexión para fortalecer futuras estrategias de intervención, tanto en políticas públicas como directamente desde la población.

5. CONCLUSIONES

La problemática del consumo y postconsumo textil en la comuna de Concepción fue abordada a partir de esta investigación, la cual es considerada dentro de los desafíos ambientales actuales y emergentes. A través del análisis de literatura científica, la aplicación de una encuesta de percepción en torno a las diferentes dimensiones y la realización de un grupo focal, se logró comprender los impactos de las últimas etapas del proceso que conlleva la industria textil, tanto a nivel global como local, además de las barreras y oportunidades para progresar hacia prácticas más sostenibles.

La revisión de la literatura científica y la normativa internacional complementaria revelaron una marcada disparidad regional en la regulación del sector textil. Mientras países como Francia y Alemania han implementado leyes robustas que abarcan el ecodiseño, la trazabilidad, la transparencia en la cadena de producción y la responsabilidad extendida del productor, en América Latina persiste una considerable dependencia de organizaciones civiles y emprendimientos voluntarios para impulsar iniciativas sin un respaldo normativo consistente. En naciones como México, Brasil o Argentina, predominan las normativas de etiquetado o regulaciones enfocadas en información comercial, sin abordar integralmente la sostenibilidad. Esta situación subraya la necesidad de que Chile y otros países de la región desarrollen marcos regulatorios más adaptados a su realidad, especialmente considerando su rol como receptores de residuos textiles provenientes del norte global.

La encuesta aplicada en Concepción proporcionó hallazgos fundamentales sobre las percepciones, hábitos de consumo y niveles de conocimiento de la población frente a la problemática textil. Se observó una tendencia predominante a consumir en función de factores como el precio, la estética de las prendas o su disponibilidad, relegando en múltiples ocasiones los aspectos éticos y/o ambientales. Si bien existe una proporción de la población preocupada por los impactos negativos de esta industria, esta preocupación no siempre se traduce en comportamientos y acciones consistentes. Una parte significativa de los encuestados desconoce conceptos clave para la economía circular, lo que evidencia vacíos informativos que deben ser abordados desde diversas áreas. Adicionalmente, se constató una importante brecha entre lo que las personas declaran valorar y lo que realmente hacen al momento de comprar, reforzando la diferencia entre el discurso ambiental y la acción.

La realización del grupo focal complementó los hallazgos cuantitativos, ofreciendo una perspectiva más reflexiva y profunda. Las y los participantes identificaron diversas barreras que dificultan la implementación de prácticas más sostenibles, incluyendo la falta de educación ambiental, la escasa regulación sobre la importación de ropa usada, la baja accesibilidad a alternativas sostenibles y la arraigada necesidad de cambiar patrones culturales asociados al consumo rápido y desechable. De igual manera, se abordó la reciente incorporación de los residuos textiles como prioritarios en la Ley REP, siendo valorada como un avance significativo, aunque con cautela, ya que su éxito dependerá directamente de su implementación y fiscalización.

Un aspecto transversal, identificado en común a lo largo de todos los objetivos, es la falta de articulación entre los distintos niveles de acción, internacional, nacional, comunitaria e individual. Para que las experiencias exitosas puedan replicarse y consolidarse, deben estar acompañadas de una estructura normativa, educativa y económica sólida que incentive el cambio. En ese sentido, este estudio no solo permitió visibilizar los desafíos actuales del consumo textil en Concepción, sino que además puso en evidencia las oportunidades en torno a líneas de acción e investigación que pueden contribuir a una transición hacia sistemas sostenibles más justos.

En conclusión, la problemática textil en Chile, y particularmente en Concepción, se inscribe dentro de las tendencias globales, pero presenta particularidades que exigen estrategias adaptadas a la realidad local. La transformación hacia una moda más sostenible requiere no solo de acciones individuales, sino de una mirada sistémica que integre innovación, cultura, regulación y educación. Por lo tanto, este trabajo se considera un primer acercamiento a esta realidad en un ámbito local, aportando evidencia valiosa para futuras intervenciones y estudios.

6. REFERENCIAS

Abalkhail, T. (2023). The impact of country of origin on consumer purchase decision of luxury vs. fast fashion: Case of Saudi female consumers. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10.

Abeni, R. (2024, septiembre 16). The green side of pink. *La evolución de la fast-fashion: Comparación de tres generaciones*. <https://www.thegreensideofpink.com/estilo/2024/la-evolucion-de-la-fast-fashion-comparacion-de-tres-generaciones/?lang=es>

Agence de la Transition Écologique (ADEME). (2022). *Rapport sur la filière textile dans le cadre de la responsabilité élargie du producteur (REP)*.

Albanese, C. (2024). Consumo de moda y derechos humanos, desde la perspectiva del consumidor. *Revista de la Red Global de Humanidades y Derechos*, 5(3). <https://doi.org/10.24861/2675-1038.v5i3.121>

Alkaya, E., & Demirer, G. (2013). Sustainable textile production: A case study from a woven fabric manufacturing mill in Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 65, 595–603. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.008>

Ambiente, M. d. (s.f.). Economía circular. Textiles: <https://economiacircular.mma.gob.cl/textiles/>

Amengual, J. (2016). ¿Qué es la moda lenta? de Franca. <https://www.esfranca.com/blogs/news/que-es-lamoda-lenta>

Anne. (2023, abril 28). COSH. Ciclo de vida de una prenda: Producción e impacto en 5 pasos: <https://cosh.eco/es/articulos/ciclo-de-vida-de-una-prenda-produccion-e-impacto-en-5-pasos>

Aponte, N., Hernández-Gomez, J., Torres, V., & Smith, E. (2024). Fast fashion consumption and its environmental impact: A literature review. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 20(1), 2381871. <https://doi.org/10.1080/15487733.2024.2381871>

Assemblée Nationale (2024). *"Proposition de loi visant à limiter l'impact environnemental de la fast fashion."* N° 789.

Atalay, S., & Meloy, M. G. (2011). Retail therapy: A strategic effort to improve mood. *Psychology & Marketing*, 28(6), 638–659.

Atwal, G., Bryson, D., & Kaiser, M. (2023). Neuromarketing fashion: The neuroscience of instant gratification in apparel purchases. *Psychology & Marketing*, 40(4), 712-730.

- Bartlett, J. (2023, abril 11). National Geographic. Atacama, el lugar donde van a morir las prendas de ropa 'lowcost': <https://www.nationalgeographic.es/2023/04/desierto-atacama-vertedero-prendas-de-ropa-lowcost>
- Belmartino, A., Liseras, N., & Berges, M. (2016). ¿Qué atributos busca el consumidor en prendas de vestir? Un análisis aplicado al mercado de la indumentaria en Argentina. *TEC Empresarial*, 10(1), 7-18.
- Bick, R., Halsey, E., & Ekenge, C. C. (2023). The global environmental injustice of fast fashion. *Environmental Health*, 22(1), 1-4.
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BCN). (2022). *Ropa usada: mercado nacional y regulación en Chile y extranjero. Actualizado*.
- Blanco, P. R. (2025, marzo 26). Cada europeo compra 19 kilos de ropa al año y genera 16 kilos de desechos textiles. El País/Planeta futuro.
- Bly, S., Gwozdz, W., & Reisch, L. A. (2023). "Fashion's knowledge gap: Measuring consumer literacy on textile sustainability." *Resources, Conservation & Recycling*, 188, 106702.
- Brasil, M., Abreu, M., Silva Filho, J. C., & Leocádio, A. (2016). Relationship between eco-innovations and the impact on business performance: An empirical survey research on the Brazilian textile industry. *Revista de Administração*, 51, 276-287. <https://doi.org/10.1016/j.rausp.2016.06.003>
- Bruzzi, S., & Gibson, P. C. (2023). Gender and the Clothing Economy: A Study of Consumption Patterns Across 15 Countries. *Journal of Consumer Culture*, 23(2), 145-167.
- Brydges, T., Henninger, C. E., & Hanlon, M. (2024). The double bind of sustainable fashion: Stigma and premium pricing in second-hand and eco-apparel markets. *Journal of Consumer Behaviour*, 43(2), 189-205.
- Carregal-Castro, L., Alló-Pazos, M., & Longarela-Ares, A. (2018). Investment in environmental protection in the textile sector: Influence of legal, environmental and economic-financial factors. *ECORFAN Journal-Mexico*, 9(21), 10-26.
- Castano, LM y Flatau, AB (2014). Sensores de tejidos inteligentes y tecnologías textiles electrónicas: una revisión. *Materiales y estructuras inteligentes*, 23.
- Castilla, C. A. (2006). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horizontes pedagógicos*, 9-22.

Cauca, C. A. (2013). Estrategia educativo ambiental en hábitos de consumo sostenible. Colombia: Escuela Latinoamericana de Liderazgo SAS y Contenidos Educativos Online SAS.

Censo de Población y Vivienda (2017), Proyecciones de Población 2024, INE.

CECU. (2023). Estudio sobre conductas de sobreconsumo textil. Ministerio de consumo, 1-28.

Cervellon, M.-C., Carey, L., & Harms, T. (2023). Second-hand fashion consumption and stigma erosion: The role of online platforms in normalization. *Journal of Business Research*, 158, 113647.

Cohen, M. J., & Sarkar, S. (2023). The income-sustainability gap: Affordability barriers in ethical fashion markets". *Journal of Consumer Policy*, 46(2), 215-238.

Cruz-Cárdenas, J., González, R., & del Val, T. (2015). Clothing disposal in a collectivist environment: A mixed methods approach. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.052>

Cruz-Cárdenas, J., & del Val, T. (2016). Clothing disposition by gifting: Benefits for consumers and new consumption. *Journal of Business Research*, 69(11), 4975-4980. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.062>

Dahlbo, H., Aalto, K., Eskelinen, H., & Salmenperä, H. (2016). Increasing textile circulation—Consequences and requirements. *Sustainable Production and Consumption*, 9, 30-41. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2016.06.005>

Department, S. R. (2024, septiembre 10). Statista. El retail y la industria de la moda en Chile - Datos estadísticos: <https://es.statista.com/temas/10780/el-retail-y-la-industria-de-la-moda-en-chile/#topicOverview>

Deschamps, T., Carnie, B., & Mao, N. (2017). Public consciousness and willingness to embrace ethical consumption of textile products in Mexico. *Textiles and Clothing Sustainability*, 2(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s40689-016-0017-2>

de Vettori Dorador, D., Huarag Guerrero, E., Carbajal Pineda, C.X., Riveros Enciso, N.V., (2022). Los impactos ambientales y jurídicos de la industria textil en el derecho de la moda. *Lumen* 18, 79-91.

DeVoy, J.E., Congiusta, E., Lundberg, D.J., Findeisen, S., Bhattacharya, S., (2021). Post-Consumer textile waste and disposal: Differences by socioeconomic, demographic, and retail factors. *Waste Manag* 136, 303-309.

Diario del Exportador. (2018, abril 13). Requisitos para ingresar al mercado de prendas de vestir y complementos de Chile.

Ellen MacArthur Foundation, (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future.

Ellen MacArthur Foundation, (2023). The future of textiles: Fashioning a circular economy.

Environmental Protection Agency (EPA): Detalles acerca de las 3Rs y consejos para su implementación., (2024).

EPA. (2024, septiembre 13). Environmental Protection Agency (EPA). Details about the 3Rs and tips for their implementation.: <https://www.epa.gov/>

Espinoza Perez, L.A., Espinoza Perez, A.T., Vasquez, O.C., (2022). Exploring an alternative to the Chilean textile waste: A carbon footprint assessment of a textile recycling process. *Sci Total Environ* 830, 154542.

European Chemicals Agency (ECHA) (2025). PFAS restriction proposal under REACH.

European Environment Agency (2023). Textiles and the environment: The role of design in Europe's circular economy. EEA Report No 15/2023.

Fletcher, K. (2020). *Sustainable fashion and textiles: Design journeys* (2a ed.). Routledge.

Flores, M. L. M., & Salhofer, S. (2025). Environmental assessment of cotton textile production in Peru: A case study for a cotton T-shirt. *Science of The Total Environment*, 970, 179031. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2025.179031>

Font, E. V. (2023, septiembre). Biblioteca del Congreso Nacional de Chile/BCN. Economía circular en la industria textil.

Freitas, N. D. (2025, febrero 12). Geo innova. Las obligaciones de la industria textil ante la Ley 7/2022: https://geoinnova.org/blog-territorio/las-obligaciones-de-la-industria-textil-ante-la-ley-7-2022/#Que_es_la_Ley_72022_y_por_que_afecta_a_la_industria_textil

García, Q. M. (2021, junio). Análisis de la sostenibilidad en el sector textil. Universidad Pontificia de Comillas.

Garcia, S., Cordeiro, A., Nääs, I., & Neto, P. (2019). The sustainability awareness of Brazilian consumers of cotton clothing. *Journal of Cleaner Production*, 215, 245-252. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.069>

García-Valdez, M, Sanchez Limon, M & Toledo-López, A. (2023). Identidad Étnica del Consumidor Millennial en México y Colombia. *Investigación Administrativa*. 52.

Gómez Pérez, A. (2023). The participation of women in the textile industry: An analysis of social innovation. *Apuntes de economía y sociedad*, 3(2), 39-53. <https://doi.org/10.5377/aes.v3i2.15489>

Gómez, Tomás. (2021). Exportación de textil y prendas de vestir hechas con PET y algodón reciclados para Corea del Sur. *Revista Digital Mundo Asia Pacífico*. 10. 44-66. 10.17230/map.v10.i19.03.

Gretha, B. (2021). French fashion and textile during COVID-19. Once again, flying to high quality and innovation to survive. *Fashion and Textiles*, 8, 1-10. <https://doi.org/10.1186/s40691-021-00278-1>

Gutberlet, J., et al. (2023). Uneven geographies of circular economy and sustainability transitions in the Global South: Research gaps and future directions. *Resources, Conservation & Recycling*, 188, 106674.

Gwozdz, W., Steensen Nielsen, K., & Müller, T. (2017). An Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments and Their Behavioral Patterns. *Sustainability*, 9(5), 762.

Henninger, C. E., Bürklin, N., & Niinimäki, K. (2023). Instagram made me buy it: How social media fuels overconsumption and what brands can do. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(2), 1-15.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.

Hur, E. (2020). Rebirth fashion: Secondhand clothing consumption values and. *Journal of Cleaner Production*, Volume 273.

Hurtado, M. L. (2017, diciembre). Tesis presentada en la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de diseñador.

Iran, S., & Schrader, U. (2023). Collaborative fashion consumption and its environmental effects. *Journal of Cleaner Production*, 397, 136576.

Jensen, T., Berg, A., & Henriksen, K. (2023). The student sustainability paradox: High awareness but inconsistent action in fast fashion consumption. *Journal of Consumer Culture*, 24(1), 78-96.

Kadolph, S. J. (2020). *Textiles* (12th ed.). Pearson.

Khan, W.U., Ahmed, S., Dhoble, Y., Madhav, S., (2023). A critical review of hazardous waste generation from textile industries and associated ecological impacts. *Journal of the Indian Chemical Society* 100.

Kibert, N. C. (2001). Green Justice: A holistic approach to environmental injustice. *Journal of Land Use & Environmental Law*, 169-182.

Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2023). Mind the gap: Revisiting the knowledge-action divide in environmental behavior. *Sustainability Science*, 18(3), 1123-1137.

Kooroshnia, M. (2024). The role of aesthetics and color in sustainable textile practices. Proceeding of AIC conference (Colour and Communication), 193. Retrieved from <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hb:diva-33468>

Lang, C., Armstrong, C., & Liu, C. (2016). Creativity and sustainable apparel retail models: Does consumers' tendency for creative choice counter-conformity matter in sustainability?. *Fashion and Textiles*, 3(1).

Larios, R. P. (2019). El reto de la sostenibilidad textil y de la moda. *Mundo Textil*, 36-40.

Leal Filho, W., et al. (2019). The role of the sustainable development goals as a stimulus for sustainability research. *Journal of Cleaner Production*, 234, 1-12.

Leclercq-Machado, L., Alvarez-Risco, A., Gómez-Prado, R., Cuya-Velásquez, B. B., Esquerre-Botton, S., Morales-Ríos, F., Almanza-Cruz, C., Castillo-Benancio, S., Anderson-Seminario, M. d. I. M., Del-Aguila-Arcenales, S., & Yáñez, J. A. (2022). Sustainable fashion and consumption patterns in Peru: An environmental-attitude-intention-behavior. *Analysis. Sustainability*, 14(16), 9965. <https://doi.org/10.3390/su14169965>

Leturcq, N. (2024, junio 7). Fast Fashion: Un viaje desde la Edad Media hasta el armario del siglo XXI. <https://www.nathalieleturcq.com/>.

Lewe, E. (2023). Consumer perceptions of circular practices in the textile sector and the relation to consumption behaviour: Practical implications for stakeholders in the textile industry (Dissertation). Retrieved from <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mau:diva-59952>

Li, Y. (2023) Un estudio sobre el empoderamiento y el aumento de la explotación femenina de las trabajadoras en la industria textil. *Avances en sociología aplicada*, 13, 550-562.

Ludeña-Pérez, A. F., Serdán-Valencia, K. N., & Romero-Hidalgo, O. M. (2022). Estudio de Oferta y Demanda para una Asociación de Producción Textil y Costura. *Revista Economía y Negocios*, 119-132.

Md. Mazedul Islam, A. M. (2013). Textile Industries in Bangladesh and Challenges of Growth. *Research Journal of Engineering Sciences*, 31-37.

Ministerio del Medio Ambiente. (2025, 24 de junio). *Es oficial: Ministerio del Medio Ambiente declara a los textiles como producto prioritario de la Ley del Reciclaje*. Ministerio del Medio Ambiente. <https://mma.gob.cl/noticias/>

Neethu, M. S., & Ramadoss, B. (2024). The global clothing oversupply: An emerging environmental crisis. *Nature Environment and Pollution Technology*, 23(1), 545-552. <https://doi.org/10.46488/NEPT.2024.v23i01.051>

Mukherjee, S., Carrillo-Hermosilla, J., & del Río, P. (2023). Public awareness as a driver of fashion sustainability policies: A cross-country comparative analysis. *Journal of Environmental Management*, 330, 117185.

Naciones Unidas (2018), La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.

Navarro Martínez, J., Granda, L & López-Capra, F. (2023). De la tienda física al mercadillo digital: el consumo online de moda en España. *Revista Española de Sociología*. 32. a173. 10.22325/fes/res.2023.173.

Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189-200.

ONU. (2023). Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain - A Global Roadmap.

País Circular. (2021, octubre 15). *Incorporación de la ropa a la Ley REP: El camino que ya se está trazando para regular los residuos de la industria textil en Chile*.

País Circular. (2025, junio 25). *Un amplio respaldo generó la declaración oficial de los textiles como nuevo producto prioritario de la Ley REP*.

Palomo-Lovinski, N., & Hahn, K. (2014). Fashion design industry impressions of current sustainable practices. *Fashion Practice: The Journal of Design*, 6(1), 22-41. <https://doi.org/10.2752/175693814X13916967094911>

Park, S., & Koo, J. (2024). Out of sight, out of mind: Psychological distance in fast fashion consumption. *Journal of Environmental Psychology*, 91, 102731.

Patagonia. (s.f.). Responsabilidad social: <https://cl.patagonia.com/pages/responsabilidad-social-y-ambiental>

Peirson-Smith, A & Evans, S. (2017). Fashioning green words and eco language: An examination of the user perception gap for fashion brands promoting sustainable practices. *Fashion Practice*. 9. 1-25. 10.1080/17569370.2017.1366688.

Peyer, N. (27 de enero de 2025). Sumissura. Obtenido de <https://www.sumissura.com/es/blog/marcas-moda-sostenible>

Rajagopal, R. (2011). Consumer culture and purchase intentions towards fashion apparel. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 18(4), 263-272. <https://doi.org/10.1057/dbm.2011.33>

Rasel, M., Islam, M., Mamun, M. A., Rayyaan, R., Sowrov, K., Islam, S., & Sayem, A. (2025). Fashion and textile waste management in the circular economy: A systematic review. *Cleaner Waste Systems*, 11, 100268. <https://doi.org/10.1016/j.clwas.2025.100268>

Retamozo, E. (2013). Posibilidades y restricciones para implementar estrategias de Ecodiseño en la industria de textil - indumentaria en Mar del Plata: caso ferias de diseño.

Revolution, F. (2019). Consumer survey report. A baseline survey on EU consumer attitudes to sustainability and supply chain transparency in the fashion industry. *Fashion revolution*, 6-51.

Ribeiro, P. R., Batista, P., Mendes-Palma, F., Pintado, M., & Oliveira-Silva, P. (2023). Consumers' engagement and perspectives on sustainable textile consumption. *Sustainability*, 15(22), 15812. <https://doi.org/10.3390/su152215812>

Rodríguez Aboytes, J. G., & Barth, M. (2020). Learning processes in the early development of sustainable niches: The case of sustainable fashion entrepreneurs in Mexico. *Sustainability*, 12(20), 8434. <https://doi.org/10.3390/su12208434>

Rodríguez, M., & Pérez, J. (2023). "Digital divides and environmental awareness: Geographic disparities in textile waste management participation". *Journal of Environmental Planning and Management*, 66(8), 1729-1750.

Sánchez, L. A., & Lafuente, R. (2023). Unraveling the social cost of fast fashion: Labor exploitation and gender violence in global supply chains. *Journal of Business Ethics*, 185(2), 329-345.

Sandvik, I. M. (2023). The three pillars of textile sustainability: Governance gaps and synergies. *Resources, Conservation & Recycling*, 190, 106842.

Sandvik, I. M., Stubbs, W., & Jørgensen, S. (2024). "Infrastructure gaps in textile waste management: How collection systems shape consumer behavior". *Resources, Conservation & Recycling*, 200, 107290.

Santos, P., & Campos, L. (2021). Practices for garment industry's post-consumer textile waste management in the circular economy context: An analysis of the literature. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 18(3), 1-13.

Schönherr, N. (2014). Verdo: Proyecto de indumentaria sustentable. Santiago: Universidad Católica de Chile, escuela de Diseño.

Silván-Ferrero, P., Silván-Martínez, P., Trespacios, J.A., Fernández Sedano, I., (2023). Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de moda sostenible. *Behanomics 1*.

Simple Lógica & CECU. (2023). *Estudio sobre conductas de sobreconsumo textil*. Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU).

Sinclair, R. (2014). *Textiles and fashion: Materials, design and technology*. Woodhead Publishing.

Sohn, J., Nielsen, K., Birkved, M., Joanes, T., & Gwozdz, W. (2021). The environmental impacts of clothing: Evidence from United States and three European countries. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 174-184. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.05.013>

Susie Wang, M. J. (2021). Construal-level theory and psychological distancing: Implications for grand environmental challenges. *One Earth*, 482-486.

Testa, F., Iraldo, F., & Pretner, R. (2024). The intention-behavior gap in sustainable fashion: When ethical claims don't match product experience. *Sustainable Production and Consumption*, 45, 1-15.

Textile Exchange. (2022). *Preferred fiber & materials market report*.

Ulrich, I., Cacho-Elizondo, S., Damay, C., & Loussaief, L. (2024). A practice theory perspective on apparel sharing consumption models exploring new paths of consumption in France and Mexico. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103626.

Universidad de Chile. (2021, diciembre 27). *Geografía de la Ropa desechada en Chile: Desierto de Atacama se ha convertido en un gran basural textil*.

Vidal, C. (2024, marzo 27). RTVE. Bangladesh, sindicarse a pesar de todo: "La mano de obra barata es esclavitud": <https://www.rtve.es/noticias/20240327/bangladesh-sindicarse-a-pesar-todo-mano-obra-barata-esclavitud/16033953.shtml>

Wang, C., Zhang, X., Hu, X., Lim, M. K., Xu, Y., Chang, P.-C., & Ghadimi, P. (2025). Dynamics and drivers of global secondhand clothing trade: Implications for sustainable energy and circular economy in fashion. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 209, 115116.

Wang, Y. (2010). Fiber and textile waste utilization. *Waste and Biomass Valorization*, 1(2), 135-143. <https://doi.org/10.1007/s12649-009-9005-y>

WRAP. (2022). *Valuing our clothes: The cost of UK fashion*.

Wynes, S., Nicholas, K. A., & van Bassehuysen, P. (2023). Higher education is associated with stronger pro-environmental beliefs but not behaviors: A global analysis. *Environmental Education Research*, 29(5), 678-695.

Xicota, E. (2024, abril 24). Ester Xicota. <https://www.esterxicota.com/estadisticas-impacto-ambiental-industria-moda/>

Yang, S., Song, Y., & Tong, S. (2017). Sustainable retailing in the fashion industry: A systematic literature review. *Sustainability*, 9(7), 1266. <https://doi.org/10.3390/su9071266>

Yoon, N., Lee, H., & Choo, H. (2020). Fast fashion avoidance beliefs and anti-consumption behaviors: The cases of Korea and Spain. *Sustainability*, 12(17), 6907. <https://doi.org/10.3390/su12176907>

Zambrana, F. M. (2018, junio). De la moda rápida a la moda sostenible. La transformación del consumidor. TFM Máster Cooperación Internacional al Desarrollo.

Zambrano, M. C., Pawlak, J. J., Daystar, J., Ankeny, M., & Venditti, R. A. (2023). Microfibers generated from the laundering of synthetic textiles: A critical review of characterization, environmental impacts, and mitigation strategies. *Environmental Science & Technology*, 57(15), 6050-6065.

Zhang, L., Wu, T., Liu, S., Jiang, S., Wu, H., & Yang, J. (2020). Consumers' clothing disposal behaviors in Nanjing, China. *Journal of Cleaner Production*, 276, 123184. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123184>

7. ANEXOS

Anexo N°1: Sistematización de artículos revisados, organizados mediante base de datos en Microsoft Excel.

N°	Nombre del artículo	Autor/a	Año	País	Enfoque metodológico	Conceptos clave
1	CONSUMO DE MODA Y DERECHOS HUMANOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR/FASHION CONSUMPTION AND HUMAN RIGHTS, FROM A CONSUMER PERSPECTIVE	Carolina Albanese	2023	Argentina	Análisis documental/Revisión bibliográfica.	Moda, Belleza, consumo, Consumidores, Derechos, Información, Vulnerabilidad, Libertad, Derecho humano.
2	Prácticas de gestión de residuos textiles posconsumo de la industria textil en el contexto de la economía circular: un análisis de la literatura/Practices for garment industry's post-consumer textile waste management in the circular economy context: an analysis on literature	Pedro Seolinos Santos ¹ , Lucila Maria de Souza Campos	2021	Brasil	Revisión de literatura.	Gestión de residuos textiles, Industria de la confección, Economía circular.
3	Encuesta Europea sobre moda y consumo responsable/ Consumer survey report. A baseline survey on EU consumer attitudes to sustainability and supply chain transparency in the fashion industry	Fashion revolution	2019	Unión europea (Alemania, Francia, Italia, España, Reino Unido)	Encuesta online.	Moda, Consumo responsable, Impacto social, Impacto medioambiental.
4	Estudio sobre conductas de sobreconsumo textil	CECU	2023	España	Encuestas y entrevistas.	Consumo sostenible, Textil, fast fashion, Reutilización, Reciclaje, Medidas sostenibles.
5	Residuos textiles post-consumo y eliminación: Diferencias según factores socioeconómicos, demográficos y minoristas/ Post-Consumer textile waste and disposal: Differences by socioeconomic, demographic, and factors	Julia E. DeVoy a, [*] , Elizabeth Congiusta a, Dielle J. Lundberg b, Sarah Findeisen a, Sunand Bhattacharya a	2021	EE.UU	Se realiza un análisis con datos oficiales de 67 condados de Florida para ver cuántos residuos textiles se generan, cuánto se recicla y donde están los vertederos.	Residuos textiles posconsumo, Economía circular, Justicia ambiental, Fast fashion, Comportamiento del consumidor.
6	El exceso de oferta mundial de ropa: una crisis ambiental emergente/The Global Clothing Oversupply: An Emerging Environmental Crisis	M. S. Neethu and R. Bhuvanewari	2024	India	Encuestas y revisión bibliográfica (cualitativa y cuantitativa).	Moda rápida, Naturaleza, ecología, Sostenibilidad ecológica, Economía.

7	Comportamientos de los consumidores respecto al desecho de ropa en Nanjing, China/Consumers' clothing disposal behaviors in Nanjing, China	Ling ZhangaTong WuaSiru LiuaSongyan Jiangb, Huijun WudoJiameng Yanga,*	2020	China	Encuesta, análisis estadístico y modelación de comportamiento.	verde, Sustentación, Contaminación. Eliminación de ropa, Reciclaje de ropa, Intenciones, Plataforma en línea.
8	Una perspectiva ambiental sobre el consumo de ropa: segmentos de consumidores y sus patrones de comportamiento/An Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments and Their Behavioral Patterns	Wencke Gwozdz *, Kristian Steensen Nielsen y Tina Müller	2017	Alemania, Polonia, Suecia, EE.UU	Encuesta a gran escala, Análisis estadístico comparativo, Análisis de segmentación.	Consumo de ropa, Segmentación del consumidor, Impacto ambiental, Países occidentales.
9	Explorando una alternativa a los residuos textiles chilenos: Evaluación de la huella de carbono de un proceso de reciclado textil/ Exploring an alternative to the Chilean textile waste: A carbon footprint assessment of a textile recycling process	Lorena A. Espinoza Pérez,a,b, Andrea T. Espinoza Pérez,a,b,* , Óscar C. Vásquez,a,b	2022	Chile	Análisis de Ciclo de Vida.	Residuos textiles, Huella de carbono, Chile, Economía circular.
10	Aumento de la circulación textil: consecuencias y requisitos/ Increasing textile circulation—Consequences and requirements	Helena Dahlbo,a,* Kristiina Aaltob, Hanna Eskelinena, Hanna Salmenperäa	2017	Finlandia	Análisis de Ciclo de Vida, Análisis de políticas, Análisis de flujo de materiales.	Textil, Residuos textiles, Reutilizar, Recuperación, ACV, Medidas de política.
11	LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y JURÍDICOS DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL DERECHO DE LA MODA/THE ENVIRONMENTAL AND LEGAL IMPACTS OF THE TEXTILE INDUSTRY ON FASHION LAW	Denissela De Vettori Dorador, Enrico Huarag Guerrero, Cielo Ximena Carbajal Pineda, Natali Valeria Riveros Enciso	2022	Perú (Comparando con países como EE.UU. , Francia, China, etc)	Análisis conceptual y revisión bibliográfica.	Moda rápida, Moda sostenible, Medioambiente, Derecho de la moda, Moda lenta, Industria textil.
12	LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA INDUSTRIA TEXTIL: UN ANÁLISIS DE INNOVACIÓN SOCIAL/THE PARTICIPATION OF WOMEN IN THE TEXTILE INDUSTRY: AN ANALYSIS OF SOCIAL INNOVATION	Gómez Pérez, Ana Laura	2022	México	Revisión bibliográfica y análisis histórico.	Salarios, Innovación social, mujeres, Industria textil.
13	Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de	Padro Silván Ferrero a, Pablo Silván-Martínez b, Juan Antonio	2023	España/Europa	Encuesta y revisión bibliográfica.	Sostenibilidad, Economía circular, Segunda mano, Textil, ODS.

	moda sostenible/ Sustainability and circular economy in the textile sector: analysis of consumption of secondhand clothing as a sustainable alternative.	Trespalacios c, Iciar Fernández Sedano				
14	Consumo sustentable en Chile: una aproximación a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS)/ Sustainable consumption in Chile: an approach to sustainable development goals (SDGs)	Omar Acuña-Moraga1, Pedro Severino-González2*, Giusseppe Sarmiento-Peralta3, y Constanza Stuardo-Solar1	2022	Chile	Encuesta y análisis estadístico.	ODS, Responsabilidad social, Gestión estratégica, Consumo sustentable.
15	Posibilidades y restricciones para implementar estrategias de Ecodiseño en la industria de textil - indumentaria en Mar del Plata: caso ferias de diseño./Possibilities and restrictions for implementing ecodesign strategies in the textil-clothing industry in Mar del Plata. Case design faires.	Elizabeth Retamozo	2013	Argentina	Evaluación cualitativa y Análisis de caso (Ecodiseño).	Desarrollo sostenible, Ecodiseño, Mar del Plata, Industria textil.
16	Identidades laborales en la industria del retail en Chile: tramas de precarización, individualización y empresarización/ Labour identities in the retail industry in Chile: patterns of precarization, individualisation and entrepreneurialisation	Antonio Stecher, Lorena Godoy	2024	Chile	Entrevistas, Grupos de enfoque y Análisis de datos.	Trabajo, Identidades Laborales, Industria del Retail, Chile, Precarización, Individualización, Empresarización.
17	Utilización de residuos de fibras y textiles/Fiber and Textile Waste Utilization	Youjiang Wang	2010	A nivel global con enfoque en EE.UU	Revisión bibliográfica.	Fibras, Textiles, Residuos, Reciclaje, Utilización.
18	Industria del teñido de textiles: impactos ambientales y remediación/ Textile dyeing industry: environmental impacts and remediation	Tawfik A. Khattab1&Meram S. Abdelrahman1&Mohamed Rehan	2019	No especifica	Análisis de procesos y Revisión bibliográfica.	Fibras textiles de celulosa, Tintura, Tintura sostenible, Toxicología, Ecología, Medioambiente.
19	El consumo de moda rápida y su impacto ambiental: una revisión de la literatura/Fast fashion consumption and its environmental impact: a literature review	Nadia Olivar Aponte, Jesús Hernández Gómez, Vianey Torres Argüelles & Eric D. Smith	2024	Revisión global asociada a México y EE.UU	Revisión sistemática de la literatura.	Industria de la moda, Moda rápida, Comportamiento insostenible, Impacto ambiental.
20	Impresiones de la industria del diseño de moda sobre las prácticas sostenibles actuales/Fashion Design Industry	Noël Palomo-Lovinski y Kim Hahn	2015	EE.UU	Revisión bibliográfica y encuestas.	Industria del diseño, Indumentaria, Sostenibilidad,

	Impressions of Current Sustainable Practices						Educación, Mejores prácticas.
21	La creación de palabras verdes y lenguaje ecológico: un análisis de la brecha de percepción de los usuarios sobre las marcas de moda que promueven prácticas sostenibles	Anne Peirson-Smith y Susan Evans	2017	Hong Kong	Análisis de percepción, Grupos de enfoque y Encuestas.		Moda, Sostenibilidad, Moda sostenible, Moda ecológica, Consumo sostenible.
22	Venta minorista sostenible en la industria de la moda: una revisión sistemática de la literatura	Shuai Yang, Yiping Song, and Siliang Tong	2017	Contribuyen 19 países, entre ellos EE.UU Y China	Revisión bibliográfica sistemática.		Comercio minorista sostenible, Industria de la moda, Revisión sistemática de la literatura, País en desarrollo.
23	Moda circular: prácticas en evolución en una industria cambiante/Circular fashion: evolving practices in a changing industry	Erminia D'Itria and Reet Aus	2023	24 países europeos	Análisis de contenido para taxonomía de diseño, Entrevistas, Estudios de caso.		Circularidad, Industria de la moda, Transformación, Innovación sostenible, Creación de valor sostenible.
24	Evaluación del impacto ambiental de las fibras naturales y sintéticas: un enfoque de análisis del ciclo de vida/Evaluating Environmental Impact of Natural and Synthetic Fibers: A Life Cycle Assessment Approach	Victoria Gonzalez, Xingqiu Lou and Ting Chi	2023	No especifica	Comparación de análisis de ciclo de vida.		Análisis del ciclo de vida, Fibras naturales, Fibras sintéticas, Textiles, Impacto ambiental, Moda sostenible.
25	Una perspectiva de teoría práctica sobre los modelos de consumo compartido de ropa que exploran nuevas vías de consumo en Francia y México/A practice theory perspective on apparel sharing consumption models exploring new paths of consumption in France and Mexico	Isabelle Ulrich, Silvia Cacho-Elizondo, Coralie Damay, Leïla Loussaïef	2024	Francia y México	Análisis de teoría de la práctica y entrevistas.		Teoría de la práctica, Economía colaborativa, Modelos de consumo basados en el acceso, Moda.
26	Dinámica y factores impulsores del comercio mundial de ropa de segunda mano: implicaciones para la energía sostenible y la economía circular en la moda/Dynamics and drivers of global secondhand clothing trade: Implications for	Chao Wang, Xuemei Zhang, Xiaoqian Hu, Ming K. Lim, Yuanhong Xu, Ping-Chen Chang, Pezhman Ghadimi	2025	Autores afiliados a China, pero el estudio de aplicar a 171 países y regiones	Modelación cuantitativa compleja y Análisis de redes globales.		Comercio de ropa de segunda mano, Red comercial, Energía sostenible, Sostenibilidad de la industria de la moda.

	sustainable energy and circular economy in fashion					
27	Los impactos ambientales de la ropa: evidencia de Estados Unidos y tres países europeos/The environmental impacts of clothing: Evidence from United States and three European countries	Joshua Sohna, Kristian S. Nielsen, Morten Birkved, Tina Joanes, Wencke Gwozdz	2021	EE.UU, Alemania, Polonia y Suecia	Evaluación del ciclo de vida, encuestas y análisis comparativo.	Ropa, Impactos ambientales, Comportamiento del consumidor, Consumo y producción de prendas de vestir, Evaluación del ciclo de vida.
28	Gestión de residuos textiles y de moda en la economía circular: una revisión sistemática/ Fashion and textile waste management in the circular economy: A systematic review.	Md Shamsuzzaman, Mazed Islam, Md. Abdullah Al. Mamun, Rishad Rayyaan, Kazi Sowrov, Saniyat Islam, Abu Sadat Muhammed Sayem	2025	El estudio incluye 38 países, donde los que mas contribuyen son Bangladesh, Reino Unido, China y EE.UU España	Revisión sistemática de literatura.	Moda y textiles, Gestión de residuos, Reutilización y reciclaje, Economía circular, Sostenibilidad.
29	De la tienda física al mercadillo digital: el consumo online de moda en España/From the physical store to the online flea marketplace: online fashion consumption in Spain	Juan Navarro-Martínez, Lucía Granda*, Federico López-Capra	2023		Análisis de datos, segmentación cuantitativa y regresión logística.	Comercio electrónico, Consumo de moda, Digitalización, Perfil de consumidor, Moda rápida, Plataformas digitales.
30	Creatividad y modelos de venta minorista de ropa sostenible: ¿importa en la sostenibilidad la tendencia de los consumidores a la elección creativa en contra del conformismo?/Creativity and sustainable apparel retail models: does consumers' tendency for creative choice counter-conformity matter in sustainability?	Chunmin Lang*, Cosette M. Armstrong and Chuanlan Liu	2016	EE.UU	Encuesta experimental y análisis estadístico.	Sostenibilidad, Elección creativa contra el conformismo, Ropa rediseñada, Reparación/modificación, Alquiler de ropa, Intercambio de ropa, Servicios de consultoría de estilo.
31	Moda y textiles franceses durante la COVID-19. Una vez más, volando hacia la alta calidad. y la innovación para sobrevivir/French fashion and textile during COVID-19.	Bertrand Blancheton*	2021	Francia	Estudio de caso y análisis de políticas	Industria textil, Francia, COVID-19, Lujo, Calidad, Innovación

32	Once again, trying to high quality and innovation to survive El impacto del país de origen en la decisión de compra del consumidor de moda de lujo frente a moda rápida: el caso de las consumidoras saudíes/The impact of country of origin on consumer purchase decision of luxury vs. fast fashion: case of Saudi female consumers	Tagreed Saleh Abalkhail	2023	Arabia Saudita	Modelación ecuaciones estructurales encuesta cuantitativa.	de y	Moda rápida, Moda de lujo, Decisión de compra, Consumo ostentoso, País de origen, percepción del consumidor.
33	Industria textil sostenible: ¿ilusiones o la nueva norma?: Una revisión/Sustainable textile industry – wishful thinking or the new norm: A review	Liene Siliņa, Inga Dāboliņa, Eva Lapkovska	2023	No especifica	Revisión bibliográfica y análisis conceptual.	y	Textiles sostenibles, Desarrollo sostenible, Políticas de sostenibilidad, Industria textil.
34	Creencias de evitación de la moda rápida y comportamientos anticonsumo: los casos de Corea y España/Fast Fashion Avoidance Beliefs and Anti-Consumption Behaviors: The Cases of Korea and Spain	Namhee Yoon, Ha Kyung Lee, Ho Jung Choo	2020	Corea del sur y España	Análisis factorial, regresión, encuesta cuantitativa y entrevista.	y	Moda rápida, Evitación de la moda rápida, Creencia de evitación, Anticonsumo de moda rápida.
35	Evaluación ambiental de la producción textil de algodón en Perú: Un estudio de caso para una camiseta de algodón/Environmental assessment of cotton textile production in Peru: A case study for a cotton T-shirt	Mayra Lucía Montoya Flores, Stefan Salhofer	2025	Perú	Análisis de ciclo de vida y análisis de proceso.		Evaluación del ciclo de vida, Camiseta de algodón, Perú, Textil, Producción de algodón.
36	Eliminación de ropa en un entorno colectivista: un enfoque de métodos mixtos/Clothing disposal in a collectivist environment: A mixed methods approach	Jorge Cruz-Cárdenas, Reyes González, M. Teresa del Val Núñez	2016	Ecuador	Análisis estadístico, encuesta, entrevistas y grupos de enfoque.		Comportamiento del consumidor, Eliminación de ropa, Métodos mixtos, Colectivismo.
37	Disposición de ropa mediante la donación: beneficios para los	Jorge Cruz-Cárdenas, M. Teresa del Val Núñez	2016	Ecuador	Modelación ecuaciones	de	Comportamiento del consumidor, Disposición

	consumidores y nuevo consumo/Clothing disposition by gifting: Benefits for consumers and new consumption				estructurales encuesta.	y	de la ropa, Disposición por donación, Valor, Colectivismo.
38	Relación entre las ecoinnovaciones y el impacto en el desempeño empresarial: una investigación empírica sobre la industria textil brasileña/Relationship between eco-innovations and the impact on business performance: an empirical survey research on the Brazilian textile industry	Marcus Vinicius de Oliveira Brasil, Mônica Cavalcanti Sá de Abreu, José Carlos Lázaro da Silva Filho, Aurio Lucio Leocádio	2016	Brasil	Encuesta modelación ecuaciones estructurales.	y de	Innovación sostenible, Ecoinnovación, Rendimiento empresarial, Industria textil.
39	Producción textil sostenible: un estudio de caso de una fábrica de tejidos en Turquía/Sustainable textile production: a case study from a woven fabric manufacturing mill in Turkey	Emrah Alkaya, Göksel N. Demirer	2014	Turquía	Estudio de caso y análisis cuantitativo de procesos.		Producción sostenible, Producción más limpia, Industria textil, Fabricación de tejidos, Ahorro de agua, Eficiencia energética.
40	La conciencia de sostenibilidad de los consumidores brasileños de ropa de algodón/The sustainability awareness of Brazilian consumers of cotton clothing	Solimar Garcia, Alexandra Cordeiro, Irenilza de Alencar Naças, Pedro Luiz de Oliveira Costa Neto	2019	Brasil	Modelación ecuaciones estructurales encuesta.	de y	Cadena de suministro textil, Ropa de algodón, Indicadores de sostenibilidad, Producción de prendas de vestir.
41	Cultura del consumidor e intenciones de compra hacia la moda en México/Consumer culture and purchase intentions toward fashion apparel in Mexico	Rajagopal	2011	México	Encuesta, grupos focales modelación ecuaciones estructurales.	y de	Comportamiento del consumidor, Intención de compra, Valores socioculturales, Prendas de moda, Venta minorista de moda, Impulsores psicográficos.
42	Sostenibilidad en el retail de moda: revisión de literatura y análisis bibliométrico/Sustainability in fashion retail: literature review and bibliometric analysis	Nátalie Martins Prado, Marina Hernandes de Paula e Silva, Camila Sayuri Kikuti Kaneko, Daiane Vitória da Silva, Gabriela Giusti, Yovana Maria Barrera Saavedra, Diogo Aparecido Lopes Silva	2022	Autores afiliados a Brasil, pero no especifica país de estudio	Análisis bibliométrico y revisión bibliográfica.		Sostenibilidad, Industria de la moda, Producción sostenible, consumo.

43	¿Qué atributos busca el consumidor en prendas de vestir? Un análisis aplicado al mercado de la indumentaria en Argentina	Andrea Belmartino, Natacha Liseras, Miriam Berges	2016	Argentina	Encuesta y análisis estadístico.	Decisiones de compra, Diseño y marca, Sector textil, Confecciones, Pymes, Regresión logística.
44	Identidad Étnica del Consumidor Millennial en México y Colombia	Miguel Ángel García-Valdez, Mónica Lorena Sánchez-Limón, Arcelia Toledo-López	2023	México y Colombia	Modelación de ecuaciones estructurales y encuesta.	Actitud, identidad étnica, intención de compra, consumidores millennials, textiles.
45	FIBRAS TEXTILES NATURALES SUSTENTABLES Y NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO/Sustainable natural textile fibres and consumption habits	Claudia Villegas Marín, Beatriz González Monroy,	2012	Autores afiliados a México, pero no identifica país de estudio	Análisis conceptual y revisión bibliográfica.	Fibras textiles, Diseñadores, Hábitos de consumo.
46	Estudio de Oferta y Demanda para una Asociación de Producción Textil y Costura/Supply and Demand Study for a Textile Production and Sewing Association	Angela Fernanda LUDEÑA-PÉREZ, Kendra Nicole SERDÁN-VALENCIA, Oscar Mauricio ROMERO-HIDALGO	2022	Ecuador	Estudio de mercado y encuesta.	Sector textil, Mercado, Oferta, Demanda, Precio, Consumidor.
47	Exportación de textil y prendas de vestir hechas con PET y algodón reciclados para Corea del Sur/Export of textiles and garments made from recycled PET and cotton to South Korea	Tomas Montoya Gomez	2021	Colombia y Corea del sur	Entrevistas, análisis de datos de mercado y revisión bibliográfica.	Acuerdos comerciales, Cooperación internacional, Tratado de libre comercio, Moda sostenible, Industria textil, Mercados asiáticos, Economía circular, Materiales reciclados.
48	Inversión en protección medioambiental en el sector textil: Influencia de factores legales, medioambientales y económico-financieros/Investment in environmental protection in the textile sector: Influence of legal, environmental and economic-financial factors	CARREGAL-CASTRO, Laura, ALLÓ-PAZOS, María, LONGARELA-ARES, Ángeles	2018	España	Encuesta y regresión logística.	Inversión, Protección ambiental, Sector textil, Sostenibilidad.
49	El papel de la estética y el color en Prácticas Textiles Sostenibles/The Role of	Marjan Kooroshnia	2024	Suecia	Estudio de casos cualitativo.	Vida útil del producto, Estética sostenible,

Aesthetics and Color in Sustainable Textile Practices

50	Conciencia pública y voluntad de adoptar un consumo ético de productos textiles en México/Public consciousness and willingness to embrace ethical consumption of textile products in Mexico	Thalía Campos Deschamps, Bruce Carnie, Ningtao Mao	2016	México	Análisis descriptivo y encuesta piloto.	Diseño circular, Producción sostenible, Consumo ético, Textiles, México, Conciencia pública, Voluntad.
51	Procesos de aprendizaje en el desarrollo temprano de nichos sustentables: el caso de los emprendedores de moda sustentable en México/Learning Processes in the Early Development of Sustainable Niches: The Case of Sustainable Fashion Entrepreneurs in Mexico	Jorge Gustavo Rodríguez Aboytes, Matthias Barth	2020	México	Estudio de caso cualitativo.	Nicho sostenible, Aprendizaje transformador, Moda sostenible, Transición, Aprendizaje emprendedor.
52	Moda sostenible y patrones de consumo en el Perú: un análisis de actitud-ambiental-intencional-conductual/Sustainable Fashion and Consumption Patterns in Peru: An Environmental-Attitude-Intention-Behavior Analysis	Luigi Leclercq-Machado, Aldo Alvarez-Risco, Romina Gómez-Prado, Berdy Brigitte Cuya-Velásquez, Sharon Esquerre-Botton, Flavio Morales-Ríos, Camila Almanza-Cruz, Sarahit Castillo-Benancio, Maria de las Mercedes Anderson-Seminario, Shyla Del-Aguila-Arcentales, Jaime A. Yáñez	2022	Perú	Modelación de ecuaciones estructurales y encuesta.	Intención de compra, Consumo sostenible, Preocupaciones ambientales, Actitud, Normas subjetivas, Perú.

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica (2025).

Anexo N°2: Sistematización de artículos según región y enfoque de cada país (Centro y sur de América).

Nombre del artículo	País	Cita	Prácticas	Normativa	Brechas
CONSUMO DE MODA Y DERECHOS HUMANOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR/FASHION CONSUMPTION AND HUMAN RIGHTS, FROM A CONSUMER PERSPECTIVE	Argentina	Albanese, C. (2024). FASHION CONSUMPTION AND HUMAN RIGHTS, FROM A CONSUMER PERSPECTIVE. <i>HUMANITIES AND RIGHTS GLOBAL NETWORK JOURNAL</i> , 5(3). https://doi.org/10.24861/2675-1038.v5i3.121 .	Educación ambiental, fomento de transparencia y trazabilidad y prácticas de producción éticas.	Mención del Pacto Verde Europeo y marcos de Ecodiseño de la UE.	Falta de información transparente, vulnerabilidad/hipervulnerabilidad del consumidor.
Prácticas de gestión de residuos textiles posconsumo de la industria textil en el contexto de la economía circular: un análisis de la literatura/Practices for garment industry's post-consumer textile waste management in the circular economy context: an analysis on literature	Brasil	Santos, Pedro & Campos, Lucila. (2021). Practices for garment industry s post-consumer textile waste management in the circular economy context: ananalysis on literature. <i>Brazilian Journal of Operations & Production Management</i> . 18. 10.14488/BJOPM.2021.004.	-Reutilización y reciclaje -Recolección de residuos textiles posconsumo -Aplicación de principios de la economía circular -Upcycling	Se espera poder implementar políticas de reciclaje funcionales y a su vez leyes para la correcta disposición de residuos.	-Gran índice de residuos generados. -De los residuos recogidos un bajo porcentaje es para reciclaje y reutilización. -Priorizar vertederos e incineración -Carencia de políticas y planes estratégicos
LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y JURÍDICOS DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL DERECHO DE LA MODA/THE ENVIRONMENTAL AND LEGAL IMPACTS OF THE TEXTILE INDUSTRY ON FASHION LAW	Perú (Comparando con países como EE.UU. , Francia, China, etc)	de Vettori Dorador, D., Huarag Guerrero, E., Carbajal Pineda, C.X., Riveros Enciso, N.V., 2022. Los impactos ambientales y jurídicos de la industria textil en el derecho de la moda. <i>Lumen</i> 18, 79-91.	-Reutilización de prendas -Teñido con tintes naturales (tradicional) -Programa de comercio justo -Asociaciones de moda sostenible	-Ley N°29073: Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Empresarial(Perú) -Decreto legislativo N°1278: Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos (Perú) .Política Nacional del Ambiente al 2030 (Perú)	-Explotación laboral y vulneración de derechos humanos -Cultura del “usar y tirar” -Falta de conocimiento y consciencia por parte del consumidor -Normativas poco eficientes -Fiscalizaciones nulas

<p>LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA INDUSTRIA TEXTIL: UN ANÁLISIS DE INNOVACIÓN SOCIAL/THE PARTICIPATION OF WOMEN IN THE TEXTILE INDUSTRY: AN ANALYSIS OF SOCIAL INNOVATION</p>	México	<p>Gómez Pérez, Ana. (2023). THE PARTICIPATION OF WOMEN IN THE TEXTILE INDUSTRY: AN ANALYSIS OF SOCIAL INNOVATION. Apuntes de economía y sociedad. 3. 39-53. 10.5377/aes.v3i2.15489.</p>	<p>-Fragmentación productiva -Creación de microtalleres textiles y MIPYMES</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>-Largas jornadas laborales -Salarios insuficientes -Abuso y explotación laboral</p>
<p>Posibilidades y restricciones para implementar estrategias de Ecodiseño en la industria de textil -indumentaria en Mar del Plata: caso ferias de diseño./Possibilities and restrictions for implementing ecodesign strategies in the textil-clothing industry in Mar del Plata. Case design faires.</p>	Argentina	<p>Retamozo, E. (2013). Posibilidades y restricciones para implementar estrategias de Ecodiseño en la industria de textil -indumentaria en Mar del Plata: caso ferias de diseño.</p>	<p>-Diseño de productos para su desarmabilidad y reutilización de componentes -Uso de material reciclado -Optimización del packaging -Alquiler de bolsos</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>No hay aplicación de herramientas de ecodiseño para el ciclo de vida de los productos -Impactos ambientales no locales</p>
<p>Evaluación ambiental de la producción textil de algodón en Perú: Un estudio de caso para una camiseta de algodón/Environmental assessment of cotton textile production in Peru: A case study for a cotton T-shirt</p>	Perú	<p>Flores, M.L.M.; Salhofer, S. Environmental assessment of cotton textile production in Peru: A case study for a cotton T-shirt. Sci. Total. Environ. 2025, 970, 179031, https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2025.179031.</p>	<p>-Análisis de ciclo de vida de una camiseta de algodón</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>-Elevado consumo de recursos al producir algodón -Contaminación del agua en proceso de teñido y acabado</p>
<p>Eliminación de ropa en un entorno colectivista: un enfoque de métodos mixtos/Clothing disposal in a collectivist environment: A mixed</p>	Ecuador	<p>Cruz-Cárdenas, Jorge & Gonzalez, Reyes & del Val, Teresa. (2015). Clothing disposal in a collectivist environment: A mixed methods approach. Journal of Business Research. 10.1016/j.jbusres.2015.10.052.</p>	<p>-Regalo de prendas de ropa a familiares -Donación de prendas de ropa a fundaciones</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>-Rechazo por la ropa de segunda mano -Vacíos de conocimiento sobre el reciclaje</p>

methods approach

Disposición de ropa mediante la donación: beneficios para los consumidores y nuevo consumo/Clothing disposition by gifting: Benefits for consumers and new consumption	Ecuador	Cruz-Cárdenas, Jorge & del Val, Teresa. (2016). Clothing disposition by gifting: Benefits for consumers and new consumption. Journal of Business Research. 69. 4975. 10.1016/j.jbusres.2016.04.062.	-Venta de ropa usada -Intercambio de ropa -Arriendo de prendas -Intercambio o donación de prendas de ropa	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	-Rechazo por la ropa de segunda mano -Bajo porcentaje de ropa donada, en comparación a los residuos textiles -Falta de conciencia socioambiental
Relación entre las ecoinnovaciones y el impacto en el desempeño empresarial: una investigación empírica sobre la industria textil brasileña/Relationship between eco-innovations and the impact on business performance: an empirical survey research on the Brazilian textile industry	Brasil	Brasil, Marcus & Abreu, Mônica & Silva Filho, Jose Carlos & Leocádio, Aurio. (2016). Relationship between eco-innovations and the impact on business performance: an empirical survey research on the Brazilian textile industry. Revista de Administração. 51. 276-287. 10.1016/j.rausp.2016.06.003.	-Ecoinnovación de procesos y productos	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	-Falta de compromiso empresarial
La conciencia de sostenibilidad de los consumidores brasileños de ropa de algodón/The sustainability awareness of Brazilian consumers of cotton clothing	Brasil	Garcia, Solimar & Cordeiro, Alexandra & Nääs, Irenilza & Neto, Pedro. (2019). The sustainability awareness of Brazilian consumers of cotton clothing. Journal of Cleaner Production. 215. 10.1016/j.jclepro.2019.01.069.	No se mencionan prácticas relacionadas al tema	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	-No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas
Cultura del consumidor e intenciones de compra hacia la moda en México/Consumer culture	México	Rajagopal, Rajagopal. (2011). Consumer Culture and Purchase Intentions towards Fashion Apparel. Journal of Database	No se mencionan prácticas relacionadas al tema	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas

and purchase intentions toward fashion apparel in Mexico

Marketing & Customer Strategy Management. 18. 10.1057/dbm.2011.33.

¿Qué atributos busca el consumidor en prendas de vestir? Un análisis aplicado al mercado de la indumentaria en Argentina

Argentina

Belmartino, Andrea; Liseras, Natacha y Berges, Miriam. (2016). ¿Qué atributos busca el consumidor en prendas de vestir? Un análisis aplicado al mercado de la indumentaria en Argentina. *TEC Empresarial*, 10(1), 7-18.

No se mencionan prácticas relacionadas al tema

No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.

No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas

Identidad Étnica del Consumidor Millennial en México y Colombia

México y Colombia

García-Valdez, Miguel & Sanchez Limon, Monica & Toledo-López, Arcelia. (2023). Identidad Étnica del Consumidor Millennial en México y Colombia. *Investigación Administrativa*. 52.

No se mencionan prácticas relacionadas al tema

No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.

No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas

Estudio de Oferta y Demanda para una Asociación de Producción Textil y Costura/Supply and Demand Study for a Textile Production and Sewing Association

Ecuador

Ludeña-Pérez, A. F., Serdán-Valencia, K. N., & Romero-Hidalgo, O. M. (2022). Estudio de Oferta y Demanda para una Asociación de Producción Textil y Costura. *Revista Economía y Negocios*, 119-132.

-Asociación de producción de prendas textiles y costura

No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.

-Limitaciones tanto en la oferta como en la demanda

Conciencia pública y voluntad de adoptar un consumo ético de productos textiles en México/Public consciousness and willingness to embrace ethical consumption of textile products in Mexico

México

Deschamps, Thalía & Carnie, Bruce & Mao, Ningtao. (2017). Public consciousness and willingness to embrace ethical consumption of textile products in Mexico. *Textiles and Clothing Sustainability*. 2. 10.1186/s40689-016-0017-2.

No se mencionan prácticas relacionadas al tema

No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.

No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas

Exportación de textil y prendas de vestir hechas con PET y algodón reciclados para Corea del Sur/Export of textiles and garments made from recycled PET and cotton to South Korea	Colombia y Corea del sur	Gómez, Tomás. (2021). Exportación de textil y prendas de vestir hechas con PET y algodón reciclados para Corea del Sur. <i>Revista Digital Mundo Asia Pacífico</i> . 10. 44-66. 10.17230/map.v10.i19.03.	-Producción de ropa con materiales reciclados -Reciclaje de algodón y PET	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	-Falta de conocimiento con respecto al tema -Limitaciones para entrar al mercado
Procesos de aprendizaje en el desarrollo temprano de nichos sustentables: el caso de los emprendedores de moda sustentable en México/Learning Processes in the Early Development of Sustainable Niches: The Case of Sustainable Fashion Entrepreneurs in Mexico	México	Rodríguez Aboytes, J. G., & Barth, M. (2020). Learning Processes in the Early Development of Sustainable Niches: The Case of Sustainable Fashion Entrepreneurs in Mexico. <i>Sustainability</i> , 12(20), 8434. https://doi.org/10.3390/su12208434	- Emprendimientos de moda sustentable (proyectos que dentro del modelo de negocio integran la sostenibilidad)	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	-Adquirir conocimientos con respecto a prácticas sustentables
Moda sostenible y patrones de consumo en el Perú: un análisis de actitud-ambiental-intencional-conductual/Sustainable Fashion and Consumption Patterns in Peru: An Environmental-Attitude-Intention-Behavior Analysis	Perú	Leclercq-Machado, L., Alvarez-Risco, A., Gómez-Prado, R., Cuya-Velásquez, B. B., Esquerre-Botton, S., Morales-Ríos, F., Almanza-Cruz, C., Castillo-Benancio, S., Anderson-Seminario, M. d. I. M., Del-Aguila-Arcntales, S., & Yáñez, J. A. (2022). Sustainable Fashion and Consumption Patterns in Peru: An Environmental-Attitude-Intention-Behavior Analysis. <i>Sustainability</i> , 14(16), 9965. https://doi.org/10.3390/su14169965	No se mencionan prácticas relacionadas al tema	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica (2025).

Anexo N°3: Sistematización de artículos según región y enfoque de cada país (Otros países).

Nombre del artículo	País	Cita	Prácticas	Normativa	Brechas
Encuesta Europea sobre moda y consumo responsable/ Consumer survey report. A baseline survey on EU consumer attitudes to sustainability and supply chain transparency in the fashion industry	Unión europea (Alemania, Francia, España, Italia, Reino Unido)	Revolution, F. (2019). Consumer survey report. A baseline survey on EU consumer attitudes to sustainability and supply chain transparency in the fashion industry. Fashion revolution, 6-51.	-Producción de ropa respetuosa con el medio ambiente -Transparencia y etiquetado de ropa -Plataforma online para compra de ropa de segunda mano -Reparación de ropa	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	-Falta de información respecto al tema -Precio de la ropa de segunda mano
Estudio sobre conductas de sobreconsumo textil	España	Simple Lógica & CECU. (2023). <i>Estudio sobre conductas de sobreconsumo textil</i> . Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU).	No se mencionan prácticas relacionadas al tema	No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.	No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas
Residuos textiles post-consumo y eliminación: Diferencias según factores socioeconómicos, demográficos y minoristas/ Post-Consumer textile waste and disposal: Differences by socioeconomic, demographic, and factors	EE.UU	DeVoy, Julia & Congiusta, Elizabeth & Lundberg, Dielle & Findeisen, Sarah & Bhattacharya, Sunand. (2021). Post-Consumer textile waste and disposal: Differences by socioeconomic, demographic, and retail factors. Waste Management. 136. 303-309. 10.1016/j.wasman.2021.10.009.	-Recolección de residuos posconsumo -Upcycling -Reciclaje -Reutilización de textiles	-Se sugiere agregar leyes específicas para la disposición de residuos -Se sugiere añadir políticas de reciclaje eficientes	-Bajo porcentaje de recolección de residuos para reciclaje y reutilización -Alta cantidad de residuos generados
El exceso de oferta mundial de ropa: una crisis ambiental emergente/The Global Clothing Oversupply: An Emerging Environmental Crisis	India	M S, Neethu & Ramadoss, Bhuvanewari. (2024). The Global Clothing Oversupply: An Emerging Environmental Crisis. Nature Environment and	-Estrategias más sustentables por parte de las empresas -Recuperación de gases de los	-Pacto europeo verde -Estrategia para textiles sostenibles (Ecodiseño)	-Fácil acceso al fast fashion -Falta de conocimiento de consumidores sobre los impactos

Comportamientos de los consumidores respecto al desecho de ropa en Nanjing, China/Consumers' clothing disposal behaviors in Nanjing, China	China	<p>Pollution Technology. 23. 545-552. 10.46488/NEPT.2024.v23i01.051.</p> <p>Zhang, Ling & Wu, Tong & Liu, Siru & Jiang, Songyan & Wu, Huijun & Yang, Jiameng. (2020). Consumers' clothing disposal behaviors in Nanjing, China. <i>Journal of Cleaner Production</i>. 276. 123184. 10.1016/j.jclepro.2020.123184.</p>	<p>vertederos para energía</p> <ul style="list-style-type: none"> -Reparación de prendas -Eventos para donación benéfica de ropa -Reciclaje a partir de ONGs -Recolección de ropa en tiendas de retail -Plataforma online para reciclar .Ropa con materiales más ecológicos 	<p>-Programa del gobierno indio para promover la moda sostenible</p> <ul style="list-style-type: none"> -Restricción al vertido de orgánicos <p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>ambientales generados</p> <ul style="list-style-type: none"> -Rechazo por la ropa de segunda mano -Gran cantidad de residuos textiles generados <p>-Falta de investigación sobre patrones de consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> -Empresas no asumen su responsabilidad en los impactos ambientales
Una perspectiva ambiental sobre el consumo de ropa: segmentos de consumidores y sus patrones de comportamiento/An Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments and Their Behavioral Patterns	Alemania, Polonia, Suecia, EE.UU	Gwozdz, W., Steensen Nielsen, K., & Müller, T. (2017). An Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments and Their Behavioral Patterns. <i>Sustainability</i> , 9(5), 762.	<ul style="list-style-type: none"> -Reutilización de textiles -Recoger los textiles de forma separada .Reciclaje de textiles 	<p>-Decreto que restringe el vertido de residuos orgánicos en Finlandia</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ley REP 	<p>-Aumento constante del consumo de textiles</p> <ul style="list-style-type: none"> -Falta de modelos de negocio eficaces -Falta de políticas eficientes para residuos textiles -Bajo conocimiento del término fast fashion o moda rápida
Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de moda sostenible/ Sustainability	España/Europa	Silván-Ferrero, Prado & Silván-Martínez, Pablo & Trespalacios, Juan & Fernández, Itziar. (2023). Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de moda sostenible.:	<ul style="list-style-type: none"> -Consumo de ropa de segunda mano -Donar ropa a familiares y fundaciones 	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>-Aumento constante del consumo de textiles</p> <ul style="list-style-type: none"> -Falta de modelos de negocio eficaces -Falta de políticas eficientes para residuos textiles -Bajo conocimiento del término fast fashion o moda rápida

and circular economy in the textile sector: analysis of consumption of secondhand clothing as a sustainable alternative.

Utilización de residuos de fibras y textiles/Fiber and Textile Waste Utilization

A nivel global con enfoque en EE.UU

Sustentabilidad y economía circular en el sector textil. Behanomics. 1. 10.55223/bej.9.

Wang, Youjiang. (2010). Fiber and Textile Waste Utilization. Waste and Biomass Valorization. 1. 135-143. 10.1007/s12649-009-9005-y.

- Reutilización de textiles
- Reciclaje de materiales del producto
- Separación y clasificación de residuos textiles

No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.

-Rechazo hacia la ropa de segunda mano

-Falta de tecnología y conocimiento para aplicar las iniciativas.

El consumo de moda rápida y su impacto ambiental: una revisión de la literatura/Fast fashion consumption and its environmental impact: a literature review

Revisión global asociada a México y EE.UU

Aponte, Nadia & Hernández-Gomez, Jesus & Torres, Vianey & Smith, Eric. (2024). Fast fashion consumption and its environmental impact: a literature review. Sustainability: Science, Practice and Policy. 20. 10.1080/15487733.2024.2381871.

- Educación ambiental para consumidores
- Reutilización de productos
- Reparación de prendas
- Ropa de segunda mano

No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.

-Alto consumo sin reflexión
-Falta de información sobre sustentabilidad

Impresiones de la industria del diseño de moda sobre las prácticas sostenibles actuales/Fashion Design Industry Impressions of Current Sustainable Practices

EE.UU

Palomo-Lovinski, Noel & Hahn, Kim. (2014). Fashion Design Industry Impressions of Current Sustainable Practices. Fashion Practice: The Journal of Design. 6. 10.2752/175693814X13916967094911.

- Producción local
- Creación de prendas orgánicas y más sostenibles
- Productos compostables

No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.

-Falta de información sobre impactos ambientales por parte de los diseñadores de moda

La creación de palabras verdes y lenguaje ecológico: un análisis de la brecha de percepción de los usuarios sobre las marcas de moda que promueven prácticas sostenibles

Hong Kong

Peirson-Smith, Anne & Evans, Susan. (2017). Fashioning Green Words and Eco Language: An Examination of the User Perception Gap for Fashion Brands Promoting Sustainable Practices. Fashion Practice. 9. 1-25. 10.1080/17569370.2017.1366688.

- Destacar cualidades ecológicas de los productos en mensajes promocionales
- Eventos de moda sostenible
- Donación de ropa usada

No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.

-Falta de compromiso por parte de los consumidores
-Utilizar la estrategia de marketing ocultando acciones poco sostenibles

<p>Venta minorista sostenible en la industria de la moda: una revisión sistemática de la literatura</p>	<p>Contribuyen 19 países, entre ellos EE.UU Y China</p>	<p>Yang, Shuai & Song, Yiping & Tong, Siliang. (2017). Sustainable Retailing in the Fashion Industry: A Systematic Literature Review. Sustainability. 9. 1266. 10.3390/su9071266.</p>	<p>-Venta de productos más amigables con el medio ambiente -Canales para difundir la reventa de ropa -Comercio minorista sostenible</p>	<p>-Ley REP</p>	<p>-Falta de investigación para la moda sostenible -Falta de compromiso empresarial</p>
<p>Una perspectiva de teoría práctica sobre los modelos de consumo compartido de ropa que exploran nuevas vías de consumo en Francia y México/A practice theory perspective on apparel sharing consumption models exploring new paths of consumption in France and Mexico</p>	<p>Francia y México</p>	<p>Ulrich, Isabelle & Cacho-Elizondo, Silvia & Damay, Coralie & Loussaief, Leïla. (2024). A practice theory perspective on apparel sharing consumption models exploring new paths of consumption in France and Mexico. Journal of Retailing and Consumer Services. 77. 103626. 10.1016/j.jretconser.2023.103626.</p>	<p>-Alquiler diario de ropa (a cambio de suscripción) -Alquiler de ropa por ocasión -</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>-Diferencias culturales -Preferencias por compra y rechazo al alquiler -Miedo a la repetición de una prenda</p>
<p>Dinámica y factores impulsores del comercio mundial de ropa de segunda mano: implicaciones para la energía sostenible y la economía circular en la moda/Dynamics and drivers of global secondhand clothing trade: Implications for sustainable energy and circular economy in fashion</p>	<p>Autores afiliados a China, pero el estudio de aplicar a 171 países y regiones</p>	<p>Wang, Chao & Zhang, Xuemei & Hu, Xiaoqian & Lim, Ming K & Xu, Yuanhong & Chang, Ping-Chen & Ghadimi, Pezhman. (2025). Dynamics and drivers of global secondhand clothing trade: Implications for sustainable energy and circular economy in fashion. Renewable and Sustainable Energy Reviews. 209. 115116. 10.1016/j.rser.2024.115116.</p>	<p>-Ropa de segunda mano -Reutilización de prendas de ropa o textiles -Reciclaje de textiles -Donación de ropa en desuso</p>	<p>-Acuerdo de París -Ley de Crecimiento y Oportunidades para África (AGOA) -Ley REP</p>	<p>-Importaciones a gran escala -Diferencias políticas entre países -Falta de estudios y datos confiables sobre consumo de moda</p>

<p>Los impactos ambientales de la ropa: evidencia de Estados Unidos y tres países europeos/The environmental impacts of clothing: Evidence from United States and three European countries</p>	<p>EE.UU, Alemania, Polonia y Suecia</p>	<p>Sohn, Joshua & Nielsen, Kristian & Birkved, Morten & Joanes, Tina & Gwozdz, Wencke. (2021). The environmental impacts of clothing: Evidence from United States and three European countries. Sustainable Production and Consumption. 10.1016/j.spc.2021.05.013.</p>	<p>No se mencionan prácticas relacionadas al tema</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas</p>
<p>Gestión de residuos textiles y de moda en la economía circular: una revisión sistemática</p>	<p>El estudio incluye 38 países, donde los que mas contribuyen son Bangladesh, Reino Unido, China y EE.UU</p>	<p>Rasel, Md & Islam, Mazed & Mamun, Md.Abdullah & Rayyaan, Rishad & Sowrov, Kazi & Islam, Saniyat & Sayem, Abu. (2025). Fashion and Textile Waste Management in the Circular Economy: A Systematic Review. Cleaner Waste Systems. 11. 100268. 10.1016/j.clwas.2025.100268.</p>	<p>-Reutilización de prendas de ropa -Reciclaje de textiles -Recolección de textiles posconsumo</p>	<p>-Ley REP -Siptex (Plataforma para la clasificación de textiles implementada en Suecia)</p>	<p>-Grandes cantidades de residuos textiles generadas -Falta de políticas y normativas -Alto precio de la ropa sustentable</p>
<p>De la tienda física al mercadillo digital: el consumo online de moda en España/From the physical store to the online flea marketplace: online fashion consumption in Spain</p>	<p>España</p>	<p>Navarro Martínez, Juan & Granda, Lucia & López-Capra, Federico. (2023). De la tienda física al mercadillo digital: el consumo online de moda en España. Revista Española de Sociología. 32. a173. 10.22325/fes/res.2023.173.</p>	<p>-Plataformas para vender ropa de segunda mano</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>-Sobreproducción -Consumo de ropa excesivo -Falta de información en productores y consumidores</p>
<p>Creatividad y modelos de venta minorista de ropa sostenible: ¿importa en la sostenibilidad la tendencia de los consumidores a la elección creativa en contra del conformismo?/Creativity and sustainable apparel retail models: does consumers' tendency for creative choice counter-conformity matter in sustainability?</p>	<p>EE.UU</p>	<p>Lang, C., Armstrong, C., & Liu, C. (2016). Creativity and sustainable apparel retail models: does consumers' tendency for creative choice counter-conformity matter in sustainability?. Fashion and Textiles, 3 (1)</p>	<p>-Rediseño de ropa y venta de ella -Alquiler de ropa -Reparación de ropa</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>-Consumo influenciado por las tendencias -Desecho de ropa por no estar "a la moda"</p>

<p>Moda y textiles franceses durante la COVID-19. Una vez más, volando hacia la alta calidad. y la innovación para sobrevivir/French fashion and textile during COVID-19. Once again, flying to high quality and innovation to survive</p>	Francia	<p>Gretha, Bertrand. (2021). French fashion and textile during COVID-19. Once again, flying to high quality and innovation to survive. Fashion and Textiles. 8. 10.1186/s40691-021-00278-1.</p>	<p>-Uso de tejidos reciclables -Reutilización de textiles -Agregado de etiqueta de origen</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas</p>
<p>El impacto del país de origen en la decisión de compra del consumidor de moda de lujo frente a moda rápida: el caso de las consumidoras saudíes/The impact of country of origin on consumer purchase decision of luxury vs. fast fashion: case of Saudi female consumers</p>	Arabia Saudita	<p>Abalkhail, Tagreed. (2023). The impact of country of origin on consumer purchase decision of luxury vs. fast fashion: case of Saudi female consumers. Humanities and Social Sciences Communications. 10. 10.1057/s41599-023-02112-z.</p>	<p>No se mencionan prácticas relacionadas al tema</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas</p>
<p>Creencias de evitación de la moda rápida y comportamientos anticonsumo: los casos de Corea y España/Fast Fashion Avoidance Beliefs and Anti-Consumption Behaviors: The Cases of Korea and Spain</p>	Corea del sur y España	<p>Yoon, Namhee & Lee, Ha & Choo, Ho. (2020). Fast Fashion Avoidance Beliefs and Anti-Consumption Behaviors: The Cases of Korea and Spain. Sustainability. 12. 6907. 10.3390/su12176907.</p>	<p>-Compromiso con la moda de segunda mano</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>-Producción masiva de ropa</p>
<p>Producción textil sostenible: un estudio de caso de una fábrica de tejidos en Turquía/Sustainable textile production: a case study from a woven fabric manufacturing mill in Turkey</p>	Turquía	<p>Alkaya, Emrah & Demirer, Goksel. (2013). Sustainable textile production: A case study from a woven fabric manufacturing mill in Turkey. Journal of Cleaner Production. 65. 10.1016/j.jclepro.2013.07.008.</p>	<p>-Tratamiento de efluentes de aguas residuales y reutilización</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas</p>

<p>Inversión en protección medioambiental en el sector textil: Influencia de factores legales, medioambientales y económico-financieros/Investment in environmental protection in the textile sector: Influence of legal, environmental and economic-financial factors</p>	<p>España</p>	<p>CARREGAL-CASTRO, Laura, ALLÓ-PAZOS, María and LONGARELA-ARES, Ángeles. Investment in environmental protection in the textile sector: Influence of legal, environmental and economic-financial factors. ECORFAN Journal-Mexico 2018, 9-21: 10-26</p>	<p>-Implementación de sistemas de gestión ambiental</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas</p>
<p>El papel de la estética y el color en Prácticas Textiles Sostenibles/The Role of Aesthetics and Color in Sustainable Textile Practices</p>	<p>Suecia</p>	<p>Kooroshnia, M. (2024). The Role of Aesthetics and Color in Sustainable Textile Practices. Proceeding of AIC Conference (Colour and Communication), 193. Retrieved from https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hb:diva-33468</p>	<p>No se mencionan prácticas relacionadas al tema</p>	<p>No se mencionan leyes ni políticas públicas con respecto al tema.</p>	<p>No se mencionan brechas relacionadas a la implementación de prácticas</p>

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica (2025).

Anexo N°4: Sistematización de búsqueda complementaria sobre normativa en países con mayor cantidad de artículos encontrados.

N°	País	Normativa	Fuentes
Centro y sur de América			
1	México	<ul style="list-style-type: none"> • NOM-004-SE-2021: Exige información clara en etiquetas de productos textiles (composición, origen, cuidados y talla). • NOM-020-SCFI-1997: Regula el etiquetado de cuero y calzado para asegurar transparencia sobre los materiales. • NMX-A-6938-INNTEX-2013 (voluntaria): Estandariza los nombres de fibras textiles para etiquetas uniformes. 	<p>Diario Oficial de la Federación (DOF) de México.</p> <p>Instituto Nacional de Normalización Textil (INNTEX), citada en la NOM-004-SE-2021.</p>
2	Argentina	<ul style="list-style-type: none"> • Res. SCI N° 549/2021 y SC N° 465/2018: Regulan el etiquetado de textiles y calzado para alinearse con estándares internacionales. 	<p>Argentina.gob.ar / Secretaría de Comercio Interior (SCI).</p>
3	Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • Reglamento Técnico de Etiquetado: Obliga a indicar composición, cuidados y talla en etiquetas de productos textiles. 	<p>UL Solutions LATAM / Información comercial de Exportemos.pe.</p>
4	Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> • NTE INEN 1875 (4R): Norma técnica para el etiquetado de ropa y textiles de hogar, exige información estandarizada para consumidores. 	<p>Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN).</p>
5	Perú	<ul style="list-style-type: none"> • DS N° 014-2017-MINAM: Regula la gestión integral de residuos sólidos, incluyendo los textiles. • REP (no prioriza textiles): Existe el principio de REP, pero los textiles aún no están priorizados bajo esta normativa. 	<p>Ministerio del Ambiente (MINAM) de Perú.</p> <p>Montt Group (Estudio de Abogados), plataforma Economía Circular Perú.</p>
Otros países			
6	Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> • TFPIA, WPLA, FPLA: Leyes que regulan el etiquetado de textiles, lana y pieles, exigiendo claridad sobre composición y origen. • Care Labeling Rule: Exige instrucciones permanentes de cuidado en prendas. • CPSIA: Regula sustancias peligrosas en textiles infantiles (plomo, ftalatos). 	<p>Comisión Federal de Comercio (FTC).</p>

7	España	<ul style="list-style-type: none"> • FTC Act: Prohíbe prácticas engañosas en etiquetado y publicidad de productos textiles. • Ley 7/2022: Establece la recogida obligatoria de residuos textiles desde 2024 y promueve economía circular. • RAP: Obliga a fabricantes a responsabilizarse por los residuos textiles. • ASRTEX y GERESCAL: Sistemas colectivos de cumplimiento de RAP para textiles y calzado. • Reglamento UE n.º 1007/2011: Exige que las etiquetas de textiles indiquen la composición de fibras en porcentaje. 	<p>Comisión de Seguridad de Productos de Consumo de EE. UU. (CPSC).</p> <p>Boletín Oficial del Estado (BOE) de España,</p> <p>Ministerio para la Transición Ecológica (MITERD).</p> <p>Asociación de Empresas de Moda Sostenible (AMSE).</p> <p>EUR-Lex (Portal de Derecho de la Unión Europea).</p>
8	China	<ul style="list-style-type: none"> • Estándar GB 18401: Regula la seguridad de productos textiles, estableciendo límites de sustancias tóxicas y requisitos de calidad según el contacto con la piel. 	<p>Intertek, SGS (empresas de pruebas y certificación que interpretan los estándares chinos).</p>
9	Alemania	<ul style="list-style-type: none"> • Ley LkSG (2023): Exige a grandes empresas vigilar y mitigar riesgos sociales y ambientales en sus cadenas de suministro. • Textilbündnis (2014): Asociación público-privada para fomentar condiciones sostenibles en la cadena textil global. 	<p>BaFA (Oficina Federal de Asuntos Económicos y Control de Exportaciones de Alemania).</p> <p>Partnership for Sustainable Textiles (sitio oficial).</p>
10	Francia	<ul style="list-style-type: none"> • Ley del Deber de Vigilancia (2017): Obliga a grandes empresas a prevenir daños ambientales y sociales en sus operaciones y cadena de suministro. • Loi AGECE (2020): Promueve ecodiseño, reciclaje y prohíbe la destrucción de ropa no vendida. • REP Textil: Responsabiliza a productores de la gestión postconsumo de textiles. • Decreto N° 2022-748: Obliga a informar sobre las características ambientales de productos textiles. • Ley “Anti Ultra-Fast Fashion” (2024): Impone impuestos y restricciones a la moda ultrarrápida para frenar el consumo excesivo. 	<p>FIDH (Federación Internacional por los Derechos Humanos).</p> <p>Légifrance (sitio oficial del gobierno francés).</p> <p>EllenMacArthur Foundation.</p> <p>Food and Agriculture Requirements.</p>

- **Prohibición de PFAS (2026 y 2030):** Prohíbe gradualmente estas sustancias químicas en productos textiles por su toxicidad y persistencia.

Fashion United.

LexLatin

Lisam (consultora especializada)

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica (2025).

Anexo N°5: Borrador de preguntas aplicadas en la encuesta, subdivididas por dimensión de la percepción.

Dimensión	¿Qué se quiere abordar?	Preguntas	Tipología de las preguntas
Cognitiva	Conocimiento de términos como “Economía circular”, “ODS”, “Fast fashion”, “Slow fashion”.	¿Ha escuchado alguna vez el término sostenibilidad/sustentabilidad? <ul style="list-style-type: none"> • Si/No 	Dicotómica
	Qué medios utilizan las personas para informarse sobre consumo, sostenibilidad, problemáticas ambientales, etc.	¿En cuál de estos medios ha encontrado o cree que podría encontrar mayor información sobre sostenibilidad/sustentabilidad, consumo responsable o problemáticas ambientales? <ul style="list-style-type: none"> • Sitios web • Redes sociales • Televisión • Radio • Documentales o series • Instituciones educativas • No me informo sobre estos temas 	Selección múltiple
	Conocimiento de términos como “Economía circular”, “ODS”, “Fast fashion”, “Slow fashion”.	¿Ha escuchado alguna vez el término ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible)? <ul style="list-style-type: none"> • Si/No 	Dicotómica
	Conocimiento de términos como “Economía circular”, “ODS”, “Fast fashion”, “Slow fashion”.	Si la respuesta anterior es sí, ¿Cuál de los siguientes ODS cree que se relaciona más con el consumo de ropa y su impacto ambiental? <ul style="list-style-type: none"> • ODS 6: Agua limpia y saneamiento • ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico • ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles • ODS 12: Producción y consumo responsables • ODS 13: Acción por el clima 	Selección múltiple
	Conocimiento de términos como “Economía circular”, “ODS”, “Fast fashion”, “Slow fashion”.	Referido al Fast fashion o moda rápida, ¿Qué alternativa refleja mejor la relación con este término? <ul style="list-style-type: none"> • Contaminante, de baja calidad e insostenible 	Selección múltiple

- Moderna y asequible
- Moda justa
- No estoy familiarizado/a con este término

Información que entregan las marcas de ropa.	<p>¿Qué aspectos de las marcas de ropa que consume cree que es más importante conocer? Marque solo una respuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Origen de los materiales utilizados en la ropa • Cómo protegen los derechos humanos de sus trabajadores/as (Ej: trabajo infantil, horas laborales, etc) • Las acciones que realizan para reducir su impacto ambiental (Ej: optimización del uso de agua) • Como fue fabricada la prenda • Como contribuyen a mejorar la calidad de vida en los lugares donde se producen 	Selección múltiple	
Que temas de interés les provocan curiosidad o consideran relevantes en la problemática del consumo de textiles.	<p>¿Alguna vez ha tenido la posibilidad de ver un vertedero de ropa de manera presencial?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si/No 	Dicotómica	
Conocimiento de términos como “Economía circular”, “ODS”, “Fast fashion”, “Slow fashion”.	<p>¿Ha escuchado alguna vez el término sostenibilidad/sustentabilidad?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si/No 	• Dicotómica	
Afectiva	Como pueden verse influenciadas las personas por las tendencias de moda actuales más que lo que realmente necesitan.	<p>¿Qué tanto considera las tendencias de moda al elegir su vestimenta?</p>	<p>Escala likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Rara vez • Algunas veces • Casi siempre • Siempre
Cuál es el sentimiento que tienen al comprar una prenda de ropa nueva.	<p>¿Cuál suele ser el sentimiento o emoción más frecuente que le provoca comprar una prenda de ropa nueva?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Culpa • Satisfacción • Entusiasmo • Indiferencia 	Selección múltiple	

	La importancia que le dan las personas a la sostenibilidad e impactos negativos al momento de comprar.	¿Con qué frecuencia considera el impacto que pueda tener eliminar una prenda de ropa en el ambiente?	<p>Escala likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Rara vez • Algunas veces • Casi siempre • Siempre
	Sentimiento ante una situación real.	<p>Considerando que esta es una situación real y persistente en la región. ¿Qué sentimiento o emoción le produce ver esta imagen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tristeza • Rabia • Impotencia • Indiferencia • Curiosidad 	Selección múltiple
	Que emoción o sentimiento les produce a las personas saber que la ropa fue producida en condiciones precarias.	<p>¿Cual suele ser la emoción que le genera saber que una prenda de ropa fue producida en condiciones laborales precarias?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Culpa • Tristeza • Indignación • Rechazo hacia la marca • Indiferencia • Ninguna de las anteriores 	Selección múltiple
Conductual	Qué factores influyen más en sus decisiones de compra.	<p>Al momento de comprar ¿En que suele fijarse al elegir una prenda de ropa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiales de su confección • País o localidad donde fue producida • Producida en condiciones óptimas • Que no genere daño a los animales • Contiene algún porcentaje de materiales reciclados • No me suelo fijar en nada 	Selección múltiple
	Hábitos de compra/comportamiento de consumo.	¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación? “Mi comportamiento de consumo de ropa genera impactos negativos al medio ambiente”	<p>Escala likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo

- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

<p>Con qué frecuencia las personas compran ropa.</p>	<p>¿Con qué frecuencia compra ropa nueva?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Varias veces al mes • Una vez al mes • Cada 2-3 meses • Un par de veces al año 	<p>Selección múltiple</p>
<p>Qué valores influyen más en sus decisiones de compra.</p>	<p>¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación? "Me detengo a pensar si realmente necesito una prenda antes de comprarla"</p>	<p>Escala likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Casi nunca • Algunas veces • Casi siempre • Siempre
<p>Hábitos de compra/comportamiento de consumo.</p>	<p>¿En qué lugares suele comprar ropa? Marcar la más frecuente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiendas de moda rápida/Retail (Ej: Falabella, Zara, H&M, etc) • Tiendas de Fast fashion online (Ej: Shein, Temu, Aliexpress, etc) • Tiendas de ropa de segunda mano (Ej: Ropa americana) • Ferias o mercados • Tiendas de marcas sostenibles • Ninguna de las anteriores 	<p>Selección múltiple</p>
<p>Criterios utilizados para elegir una prenda de ropa.</p>	<p>¿Cuál es el principal factor que influye en sus decisiones de compra?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precio/calidad de la prenda • Que sea una prenda en tendencia • Recomendaciones en las redes sociales • Impacto que pueda tener en el medio ambiente 	<p>Selección múltiple</p>

Existe alguna reflexión con que sucede con la ropa una vez que ya no se utiliza o no sirve.	¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación?"Al momento de comprar, me detengo a pensar qué haré con la ropa que ya no uso".	Escala likert <ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Casi nunca • Algunas veces • Casi siempre • Siempre
Si las personas están realizando algún tipo de acción para la sostenibilidad textil.	¿Qué hace usted cuando ya no utiliza una prenda de ropa? (Marcar la más frecuente) <ul style="list-style-type: none"> • Regalarla a familiares, amigos, etc • Donarla a fundaciones • Venderla • Botarla a la basura • Reutilizarla o reciclarla • Almacenarla en su hogar (acumularla) 	Selección múltiple
Conocimiento de términos como "Economía circular", ODS, Ropa de segunda mano.	¿Ha comprado alguna vez ropa usada o de segunda mano? (Ej: Ropa americana) <ul style="list-style-type: none"> • Si/No 	Dicotómica
Criterios utilizados para elegir una prenda de ropa.	Si la respuesta anterior fue no, ¿Cuál es el principal motivo para no hacerlo? <ul style="list-style-type: none"> • El valor de las prendas es muy alto • Me incomoda usar ropa que ha sido de otra persona • Prefiero comprar ropa nueva • No conozco tiendas de ropa de segunda mano • No encuentro variedad de mi gusto • Ninguna de las anteriores 	Selección múltiple
Cuánto están dispuestos a pagar las personas por una prenda sostenible o usada.	¿Estaría dispuesto a pagar más por una prenda de ropa fabricada de manera sostenible/sustentable (con menor impacto ambiental, social, comercio justo, etc) y de mejor calidad? <ul style="list-style-type: none"> • Si/ No 	Dicotómica
Acciones para mejorar los impactos del consumo y posconsumo textil.	Para fomentar la moda sostenible/sustentable y reducir el consumo de ropa, existen diversas medidas públicas que se pueden adquirir. Indicar desde su criterio qué tan importante es para usted llevar a cabo estas medidas.	Escala likert <ul style="list-style-type: none"> • Nada importante • Poco importante

- Prohibir o limitar la venta de ropa que fue producida en condiciones injustas
- Eliminar falsa publicidad de moda y sostenibilidad
- Prohibir la venta de ropa con materiales sin estándares ambientales
- Fomentar los espacios para intercambio de ropa, evitando la compra de prendas nuevas
- Restringir la llegada de empresas fabricantes de ropa que hayan tenido grandes problemas ambientales

- Medianamente importante
- Importante
- Muy importante

Participación en alguna iniciativa de moda circular.

¿Conoce, ha participado o recomendaría alguna iniciativa que promueva la sostenibilidad/sustentabilidad en el consumo de ropa?

Pregunta de respuesta abierta

Fuente: Elaboración propia a partir de Silván-Ferrero et al., 2023.

Anexo 6: Consentimiento informado para grupo focal.

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA GRUPO FOCAL

Versión del documento y fecha: 27-06-2025

Título del proyecto de investigación: **“Percepción de impactos ambientales del consumo textil en la ciudad de Concepción: Comportamiento de la población y propuestas de implementación de prácticas más sostenibles”**

Investigador(a) Responsable/ Director(a): Florencia León Arratia, Ingeniera Ambiental en curso, Facultad de Ciencias Ambientales, Universidad de Concepción, fleon2020@udec.cl

Coinvestigadores(as): Marcela Salgado Vargas del Departamento de Planificación Territorial y Sistemas Urbanos de la Facultad de Ciencias Ambientales y Patricia González Sánchez del Departamento de Ingeniería Ambiental, docentes de la Universidad de Concepción.

Estimado/a participante:

Usted está siendo invitado/a a participar en el estudio que se enmarca en la investigación previamente identificada, porque cumple con los criterios de inclusión establecidos en la misma.

Por favor, lea este documento para que, al final, tome la decisión de participar, o no participar en el estudio, el cual será llevado a cabo con apego a la normativa vigente, respetando su privacidad y la respectiva confidencialidad, así como también las pautas y principios éticos y bioéticos correspondientes.

Objetivo de la investigación

La investigación propuesta tiene como objetivo analizar la relación entre la percepción de la población sobre los impactos ambientales del consumo y post consumo textil y los comportamientos de consumo. Para ello, se buscará estudiar los factores que influyen en los hábitos de las personas y las barreras que dificultan la adopción de prácticas sostenibles a partir de la discusión colectiva de los resultados obtenidos mediante una encuesta aplicada en este estudio con el propósito de contribuir al conocimiento científico en torno al consumo responsable

y aportar insumos que puedan ser utilizados en futuras políticas públicas, estrategias educativas o iniciativas locales orientadas a la reducción de residuos textiles.

Descripción de la participación

Si usted acepta participar en el estudio, se le solicitará lo siguiente: La reunión se realizará en la Facultad de Ciencias Ambientales y se requiere llegar 15 minutos antes del comienzo de esta para hacer entrega del distintivo a cada participante y firmar el presente documento. Durante la reunión se realiza un conservatorio guiado en torno a preguntas relacionadas con la temática del consumo textil.

La duración estimada de la reunión será de 90 minutos.

Se le proporcionará información clara en cada etapa de su participación y contará con apoyo del equipo investigador en caso de consultas o inquietudes.

Beneficios esperados

Su participación permitirá aportar información valiosa sobre la percepción y el comportamiento de consumo textil a partir de la mirada de diferentes actores claros en el proceso, lo que contribuirá a identificar barreras y oportunidades para fomentar la sustentabilidad, además los resultados podrían ser utilizados en futuras investigaciones o estudios.

Es importante señalar que su participación no garantiza beneficios directos para usted, pero los resultados obtenidos podrán contribuir al avance del conocimiento en el área del consumo responsable, sustentabilidad ambiental y educación ambiental local.

Riesgos potenciales

La participación en este estudio puede implicar un riesgo mínimo asociado a expresar opiniones personales en un entorno grupal. Algunas personas podrían expresar incomodidad al compartir sus experiencias o puntos de vista frente a otros participantes.

En este caso, se le asistirá/ brindará un espacio de respeto y contención durante la actividad, resguardando la confidencialidad de sus respuestas. Si surge alguna inquietud o malestar, podrá contactar a la investigadora responsable, Florencia León Arratia.

Confidencialidad y protección de datos

Toda la información recopilada será dispuesta para los fines específicos del estudio y exclusivos de la investigación propuesta.

Accederán a la información recopilada únicamente los miembros del equipo investigador.

La información será tratada de forma confidencial, de acuerdo con la normativa legal vigente, resguardando los aspectos éticos y bioéticos del estudio.

Los datos se gestionarán mediante técnicas de anonimización, adoptando códigos para proteger su identidad.

Los resultados de la investigación, basados en los datos analizados a partir del estudio que incluye su participación, podrían ser divulgados en publicaciones académicas o conferencias, pero sin incluir información que permita identificarle.

Todos los datos obtenidos con su participación serán custodiados por la investigadora responsable y almacenados mediante grabaciones de audio y fotografías, utilizadas exclusivamente con fines académicos durante el periodo que dure la investigación y posteriormente eliminados de forma definitiva por el/ mismo(a). En todo momento se garantizará la confidencialidad y el anonimato de los/as participantes.

Derechos del participante

Su participación en este estudio es completamente libre y voluntaria.

Usted tiene los siguientes derechos: rechazar participar sin consecuencias negativas, o si decide participar: (i) retirarse del estudio en cualquier momento sin necesidad de justificar su decisión; (ii) solicitar la eliminación de los datos recopilados hasta el momento de su retiro; (iii)

solicitar información y obtener del/la investigador/a responsable la confirmación acerca de si sus datos personales están siendo tratados por él/ella, y acceder a ellos en su caso, y (iv) solicitar y obtener del investigador responsable que modifique o complete sus datos personales, cuando estos sean tratados por él/ella, y sean inexactos, desactualizados o incompletos.

Su decisión de participar o no participar no afectará su relación con la institución (o instituciones) involucradas en la investigación, ni con el/ la investigador(a) responsable y/o con el equipo de investigación.

Costos

Su participación en este estudio no significará ningún costo para usted.

Compensación

Este estudio no contempla ningún tipo de compensación por su participación en él.

Preguntas y contacto

Si tiene preguntas relacionadas con la investigación o con el estudio que contempla su participación, podrá comunicarse con Florencia León Arratia, a su dirección electrónica institucional: fleon2020@udec.cl

Para preguntas acerca de su participación en el estudio, también podrá contactar al Comité de Ética, Bioética y Bioseguridad de la Facultad de Ciencias Ambientales de la Universidad de Concepción, Dra. Claudia Ulloa Tesser, a la dirección electrónica cebb-fca@udec.cl

Para preguntas acerca de sus derechos podrá contactar a la Presidenta de Comité de Ética, Bioética y Bioseguridad de la Universidad de Concepción, Dra. Sandra Saldivia Bórquez, a la dirección electrónica cebb@udec.cl.

Si decide participar del estudio, se le solicita que así lo exprese con su firma en la declaración de consentimiento, a continuación.

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO

He leído y comprendido la información proporcionada en este documento.

He tenido la oportunidad de realizar preguntas sobre el estudio que se realiza en el marco de la investigación, las cuales han sido respondidas satisfactoriamente.

Comprendo que mi participación es libre y voluntaria y que puedo reevaluar mi participación y retirarme en cualquier momento sin necesidad de justificar mi decisión ni sufrir consecuencias negativas.

Autorizo a el/la investigador(a) responsable a usar los datos obtenidos para los propósitos del estudio en el marco de la investigación informada y la publicación de los resultados en los términos planteados anteriormente.

Al firmar este documento no renunciaré a ningún derecho que me asista. Además, recibiré una copia firmada de este, en el presente acto.

Declaro mi consentimiento para participar en este estudio bajo los términos anteriormente descritos.

Fecha:

Nombre del/ de la

Firma del/ de la

Participante

participante

Nombre del/ de la investigador(a) responsable

Firma del/ de la investigador(a) responsable

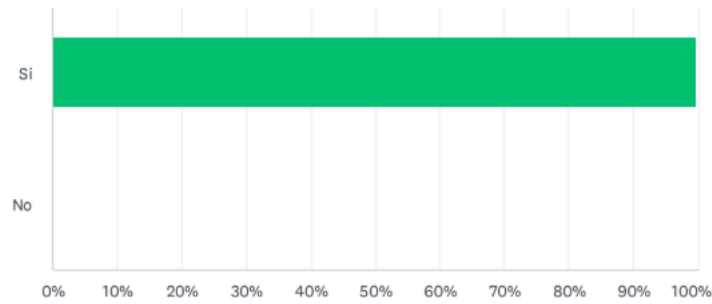
Nombre del/ de la Director(a) Centro/Facultad de Estudio o su delegado/ Ministro de Fe

Firma del/ de la Director(a) Centro/Facultad de Estudio o su delegado/ Ministro de Fe

Anexo 7: Encuesta de percepción aplicada mediante software SurveyMonkey.

P1 ¿Acepta participar de forma voluntaria en esta encuesta?

Respondidas: 385 Omitidas: 0



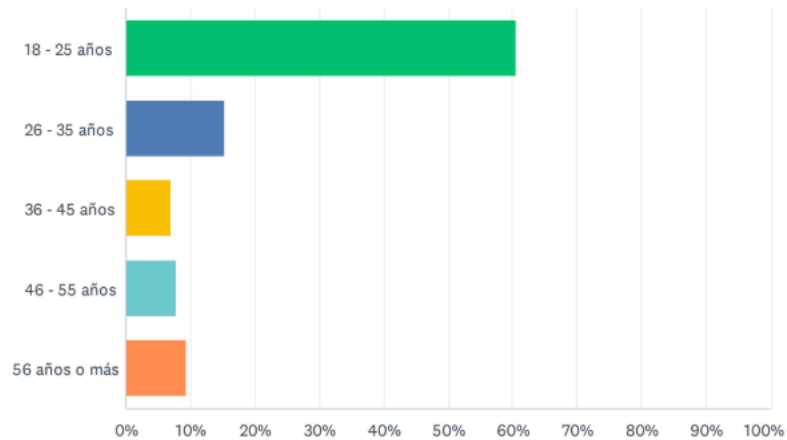
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Si	99.74%	384
No	0.26%	1
TOTAL		385

P2 Correo electrónico de contacto (opcional).

Respondidas: 136 Omitidas: 249

P3 ¿A que rango de edad pertenece?

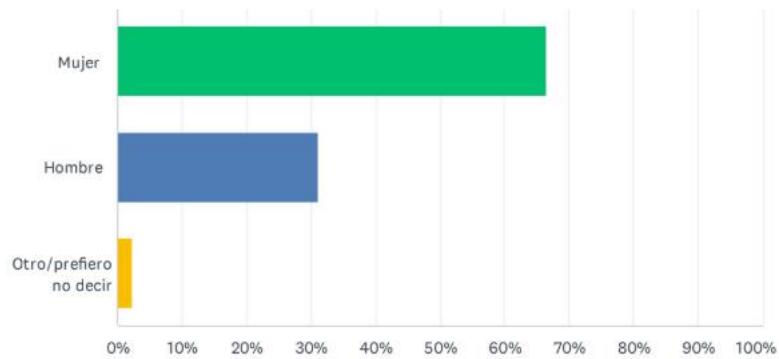
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
18 - 25 años	60.52%	233
26 - 35 años	15.32%	59
36 - 45 años	7.01%	27
46 - 55 años	7.79%	30
56 años o más	9.35%	36
TOTAL		385

P4 ¿Cuál es su género?

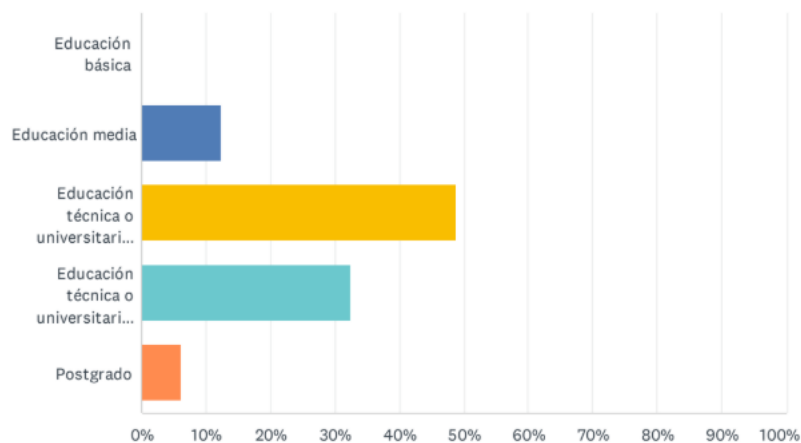
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Mujer	66.49%	256
Hombre	31.17%	120
Otro/prefiero no decir	2.34%	9
TOTAL		385

P5 ¿Cuál es su nivel educacional alcanzado?

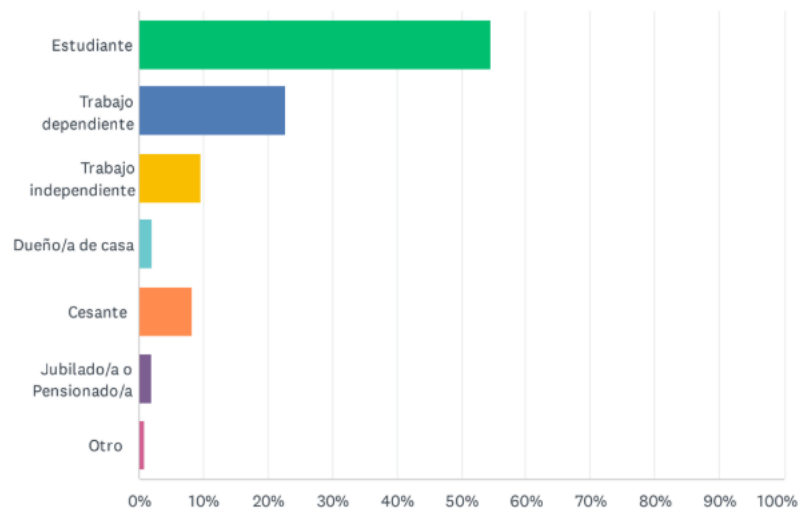
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Educación básica	0.00%	0
Educación media	12.47%	48
Educación técnica o universitaria incompleta	48.83%	188
Educación técnica o universitaria completa	32.47%	125
Postgrado	6.23%	24
TOTAL		385

P6 ¿Cuál es su ocupación actual?

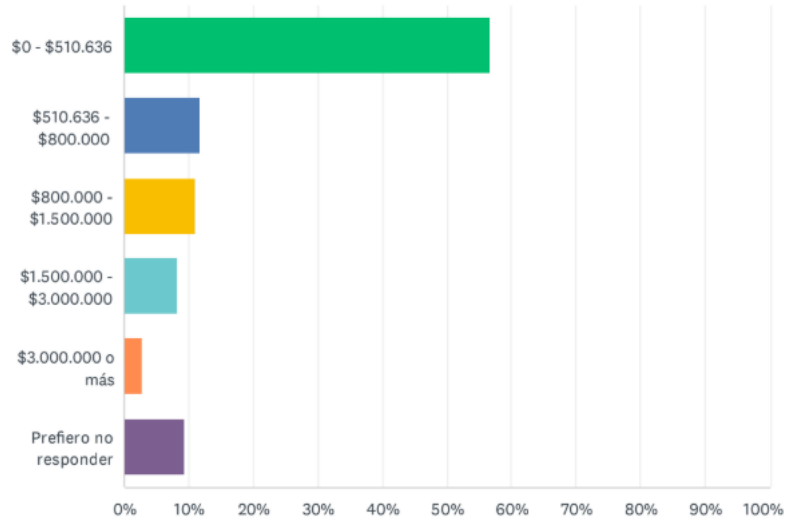
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Estudiante	54.55%	210
Trabajo dependiente	22.86%	88
Trabajo independiente	9.61%	37
Dueño/a de casa	2.08%	8
Cesante	8.31%	32
Jubilado/a o Pensionado/a	1.82%	7
Otro	0.78%	3
TOTAL		385

P7 ¿Cuál es su ingreso mensual aproximado?

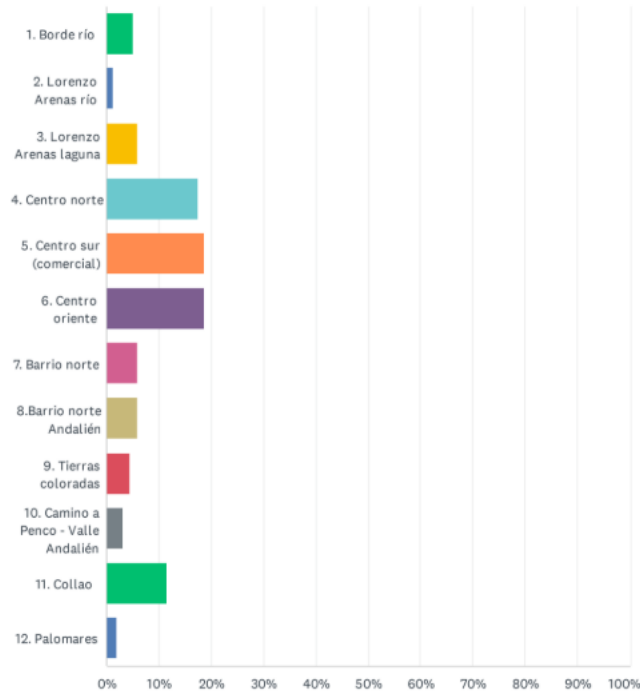
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
\$0 - \$510.636	56.62%	218
\$510.636 - \$800.000	11.69%	45
\$800.000 - \$1.500.000	11.17%	43
\$1.500.000 - \$3.000.000	8.31%	32
\$3.000.000 o más	2.86%	11
Prefiero no responder	9.35%	36
TOTAL		385

P8 ¿En qué macro sector de la comuna de Concepción reside?

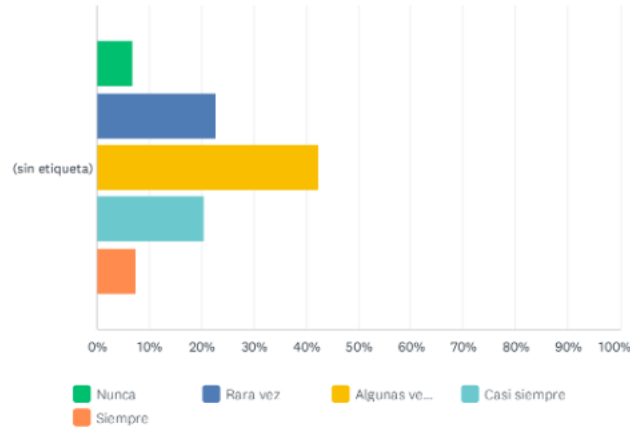
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
1. Borde río	5.19%	20
2. Lorenzo Arenas río	1.30%	5
3. Lorenzo Arenas laguna	5.97%	23
4. Centro norte	17.40%	67
5. Centro sur (comercial)	18.70%	72
6. Centro oriente	18.70%	72
7. Barrio norte	5.97%	23
8. Barrio norte Andalién	5.97%	23
9. Tierras coloradas	4.42%	17
10. Camino a Penco - Valle Andalién	3.12%	12
11. Collao	11.43%	44
12. Palomares	1.82%	7
TOTAL		385

P9 ¿Qué tanto considera las tendencias de moda al elegir su vestimenta?

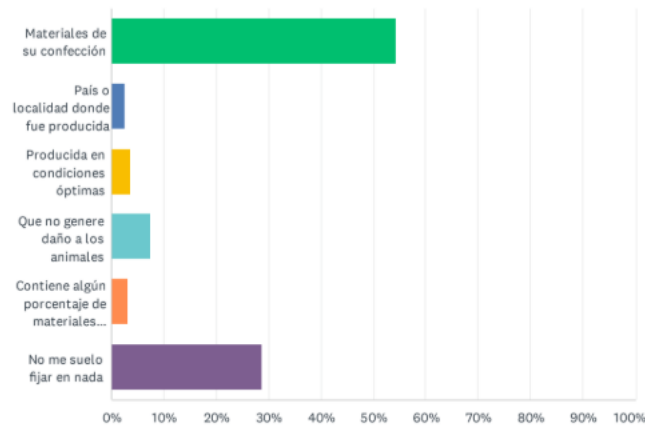
Respondidas: 385 Omitidas: 0



	NUNCA	RARA VEZ	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL	PROMEDIO PONDERADO
(sin etiqueta)	6.75%	22.86%	42.34%	20.52%	7.53%	385	2.99
	26	88	163	79	29		

P10 Al momento de comprar ¿En que suele fijarse al elegir una prenda de ropa?

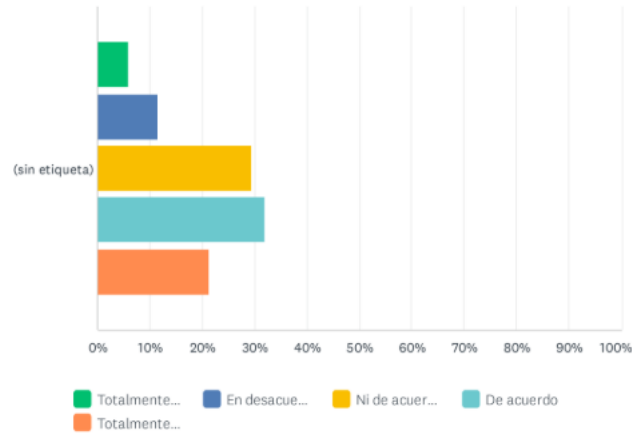
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Materiales de su confección	54.29% 209
País o localidad donde fue producida	2.60% 10
Producida en condiciones óptimas	3.64% 14
Que no genere daño a los animales	7.53% 29
Contiene algún porcentaje de materiales reciclados	3.12% 12
No me suelo fijar en nada	28.83% 111
TOTAL	385

P11 ¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación? “Mi comportamiento de consumo de ropa genera impactos negativos al medio ambiente”

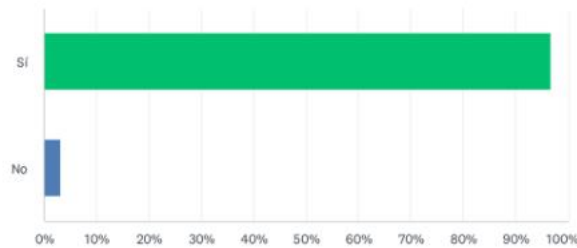
Respondidas: 385 Omitidas: 0



	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO	TOTAL	PROMEDIO PONDERADO
(sin etiqueta)	5.97% 23	11.43% 44	29.35% 113	31.95% 123	21.30% 82	385	3.51

P12 ¿Ha escuchado alguna vez el término sostenibilidad/sustentabilidad?

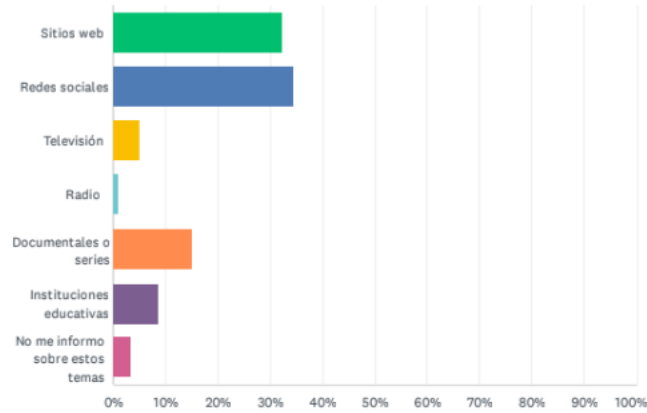
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Sí	96.88%	373
No	3.12%	12
TOTAL		385

P13 ¿En cual de estos medios ha encontrado o cree que podría encontrar mayor información sobre sostenibilidad/sustentabilidad, consumo responsable o problemáticas ambientales?

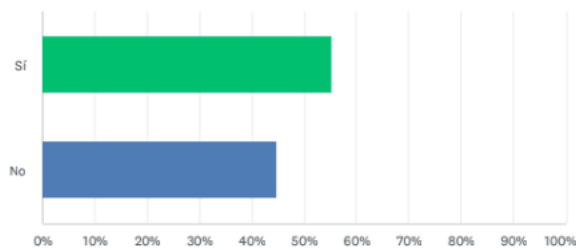
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Sitios web	32.47%	125
Redes sociales	34.55%	133
Televisión	5.19%	20
Radio	0.78%	3
Documentales o series	15.06%	58
Instituciones educativas	8.57%	33
No me informo sobre estos temas	3.38%	13
TOTAL		385

P14 ¿Ha escuchado alguna vez el término ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible)?

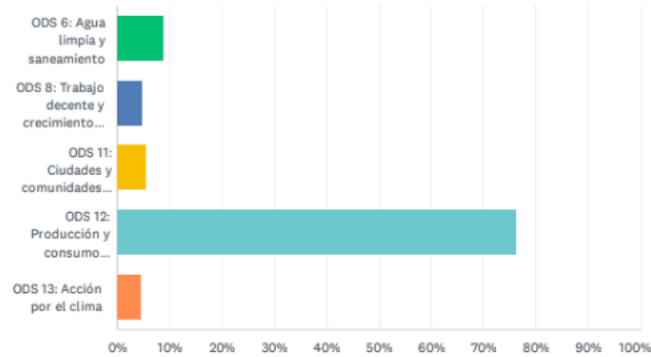
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Sí	55.32%	213
No	44.68%	172
TOTAL		385

P15 Si la respuesta anterior es sí, ¿Cuál de los siguientes ODS cree que se relaciona más con el consumo de ropa y su impacto ambiental?

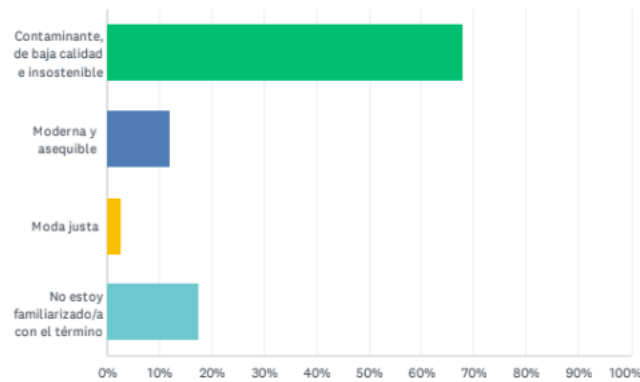
Respondidas: 220 Omitidas: 165



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
ODS 6: Agua limpia y saneamiento	8.64% 19
ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico	5.00% 11
ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles	5.45% 12
ODS 12: Producción y consumo responsable	76.36% 168
ODS 13: Acción por el clima	4.55% 10
TOTAL	220

P16 Referido al Fast fashion o moda rápida, ¿Qué alternativa refleja mejor la relación con este término?

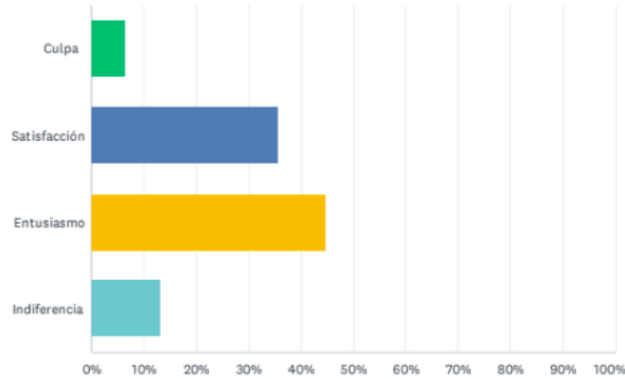
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Contaminante, de baja calidad e insostenible	68.05% 262
Moderna y asequible	11.95% 46
Moda justa	2.60% 10
No estoy familiarizado/a con el término	17.40% 67
TOTAL	385

P17 ¿Cuál suele ser el sentimiento o emoción mas frecuente que le provoca comprar una prenda de ropa nueva?

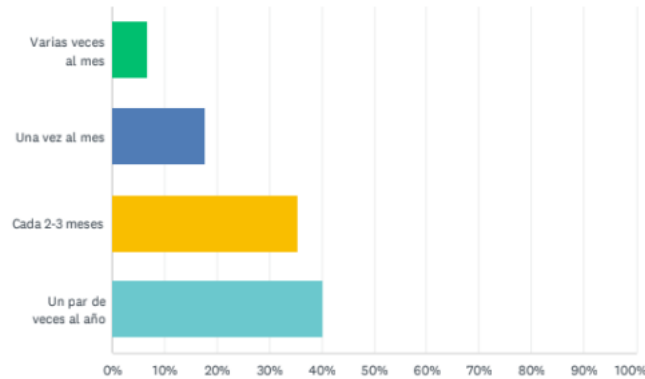
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Culpa	6.49%	25
Satisfacción	35.58%	137
Entusiasmo	44.68%	172
Indiferencia	13.25%	51
TOTAL		385

P18 ¿Con qué frecuencia compra ropa nueva?

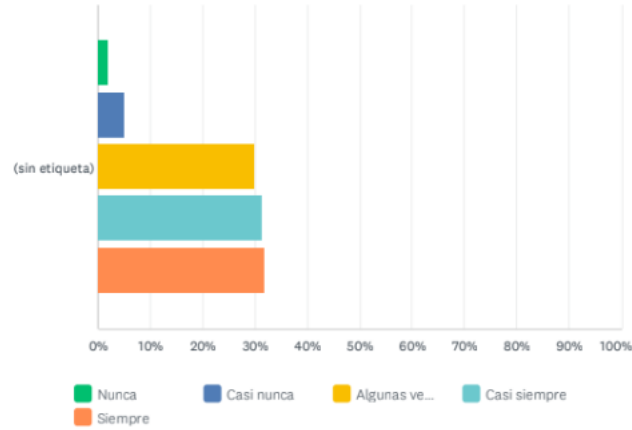
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Varias veces al mes	6.75%	26
Una vez al mes	17.66%	68
Cada 2-3 meses	35.32%	136
Un par de veces al año	40.26%	155
TOTAL		385

P19 ¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación? "Me detengo a pensar si realmente necesito una prenda antes de comprarla"

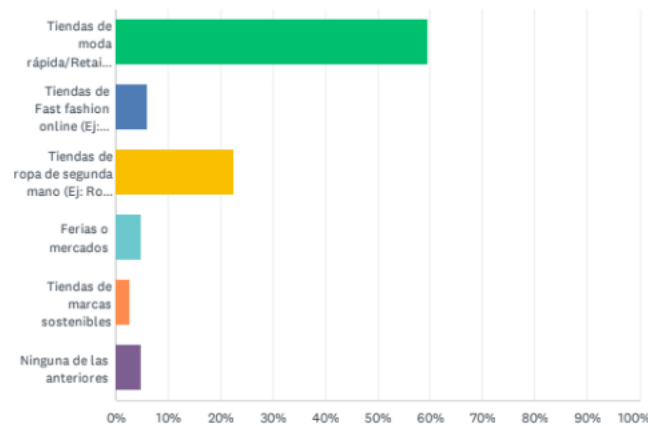
Respondidas: 385 Omitidas: 0



	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL	PROMEDIO PONDERADO
(sin etiqueta)	1.82% 7	5.19% 20	29.87% 115	31.43% 121	31.69% 122	385	3.86

P20 ¿En qué lugares suele comprar ropa? Marcar la mas frecuente.

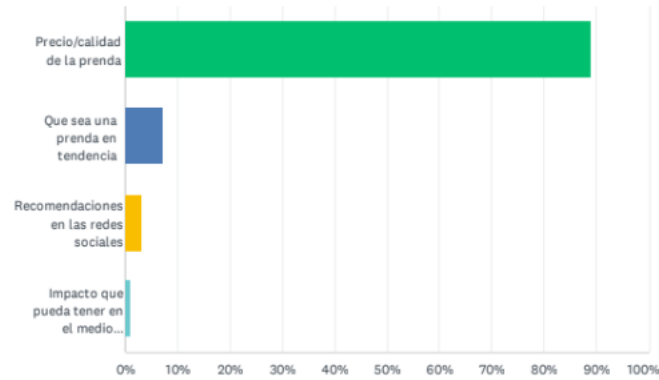
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Tiendas de moda rápida/Retail (Ej: Falabella, Zara, H&M, etc)	59.48% 229
Tiendas de Fast fashion online (Ej: Shein, Temu, Aliexpress, etc)	5.97% 23
Tiendas de ropa de segunda mano (Ej: Ropa americana)	22.60% 87
Ferias o mercados	4.68% 18
Tiendas de marcas sostenibles	2.60% 10
Ninguna de las anteriores	4.68% 18
TOTAL	385

P21 ¿Cuál es el principal factor que influye en sus decisiones de compra?

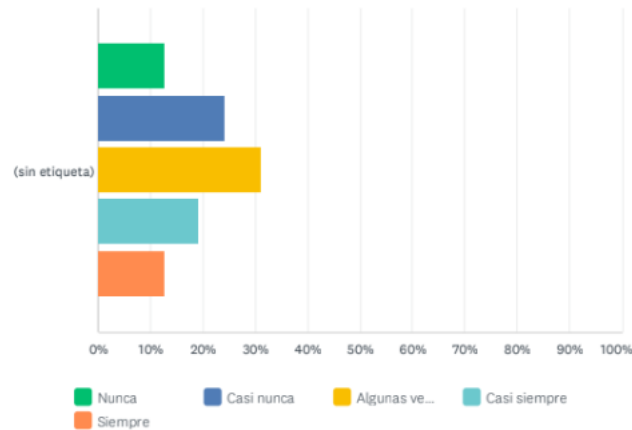
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Precio/calidad de la prenda	88.83% 342
Que sea una prenda en tendencia	7.27% 28
Recomendaciones en las redes sociales	3.12% 12
Impacto que pueda tener en el medio ambiente	0.78% 3
TOTAL	385

P22 ¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación?"Al momento de comprar, me detengo a pensar que haré con la ropa que ya no uso".

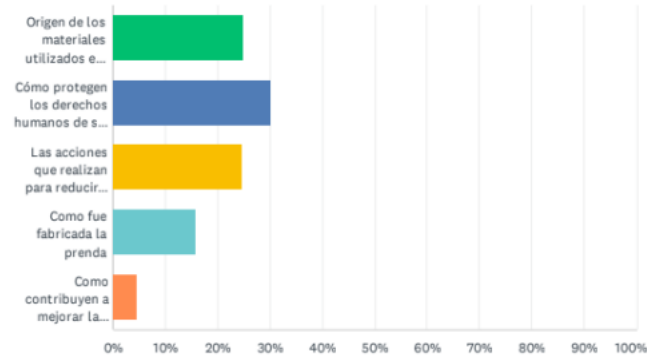
Respondidas: 385 Omitidas: 0



	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL	PROMEDIO PONDERADO
(sin etiqueta)	12.73% 49	24.16% 93	31.17% 120	19.22% 74	12.73% 49	385	2.95

P23 ¿Qué aspectos de las marcas de ropa que consume cree que es más importante conocer? Marque solo una respuesta.

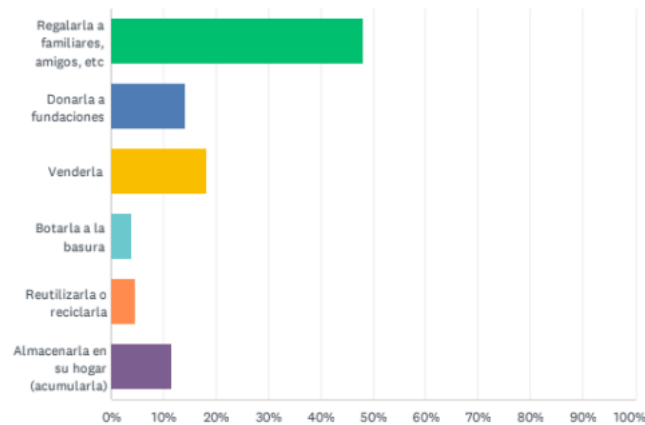
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Origen de los materiales utilizados en la ropa	24.94% 96
Cómo protegen los derechos humanos de sus trabajadores/as (Ej: trabajo infantil, horas laborales, etc)	30.13% 116
Las acciones que realizan para reducir su impacto ambiental (Ej: optimización del uso de agua)	24.68% 95
Como fue fabricada la prenda	15.84% 61
Como contribuyen a mejorar la calidad de vida en los lugares donde se producen	4.42% 17
TOTAL	385

P24 ¿Qué hace usted cuando ya no utiliza una prenda de ropa? (Marcar la más frecuente)

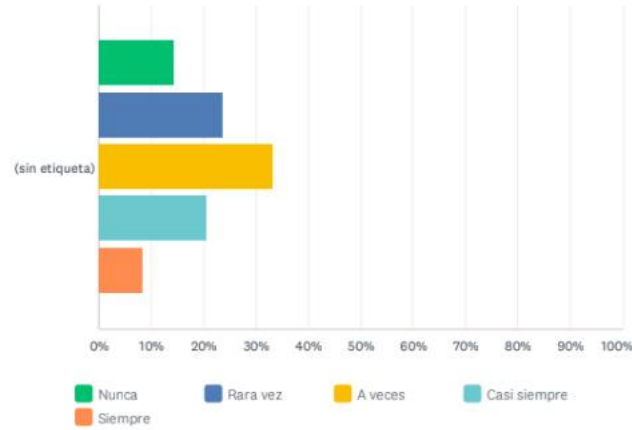
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Regalarla a familiares, amigos, etc	48.05% 185
Donarla a fundaciones	14.03% 54
Venderla	18.18% 70
Botarla a la basura	3.90% 15
Reutilizarla o reciclarla	4.42% 17
Almacenarla en su hogar (acumularla)	11.43% 44
TOTAL	385

P25 ¿Con qué frecuencia considera el impacto que pueda tener eliminar una prenda de ropa en el ambiente?

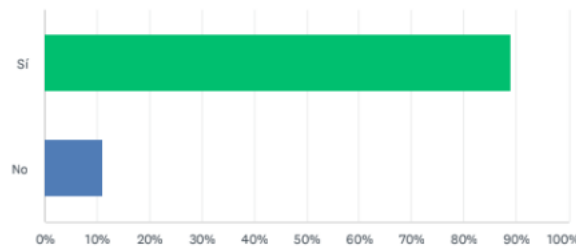
Respondidas: 385 Omitidas: 0



	NUNCA	RARA VEZ	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL	PROMEDIO PONDERADO
(sin etiqueta)	14.29% 55	23.64% 91	33.25% 128	20.52% 79	8.31% 32	385	2.85

P26 ¿Ha comprado alguna vez ropa usada o de segunda mano? (Ej: Ropa americana)

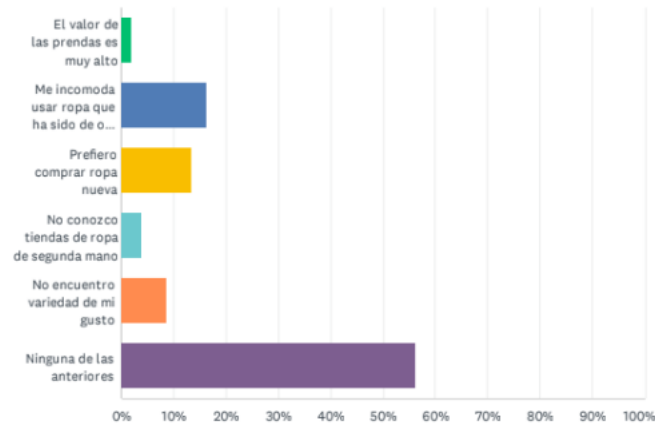
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Sí	88.83% 342
No	11.17% 43
TOTAL	385

P27 Si la respuesta anterior fue no, ¿Cuál es el principal motivo para no hacerlo?

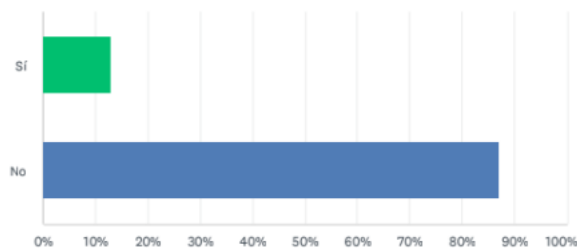
Respondidas: 105 Omitidas: 280



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
El valor de las prendas es muy alto	1.90% 2
Me incomoda usar ropa que ha sido de otra persona	16.19% 17
Prefiero comprar ropa nueva	13.33% 14
No conozco tiendas de ropa de segunda mano	3.81% 4
No encuentro variedad de mi gusto	8.57% 9
Ninguna de las anteriores	56.19% 59
TOTAL	105

P28 ¿Alguna vez ha tenido la posibilidad de ver un vertedero de ropa de manera presencial?

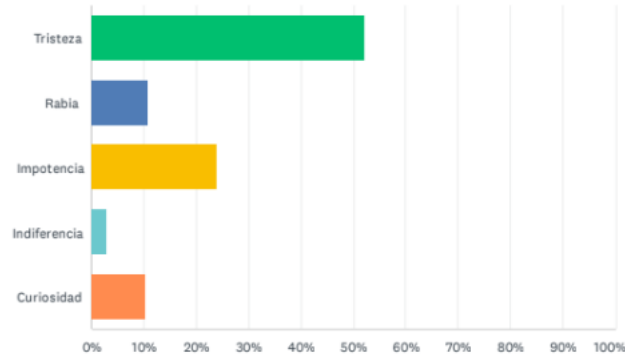
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Sí	12.99% 50
No	87.01% 335
TOTAL	385

P29 Considerando que esta es una situación real y persistente en la región
¿Qué sentimiento o emoción le produce ver esta imagen?

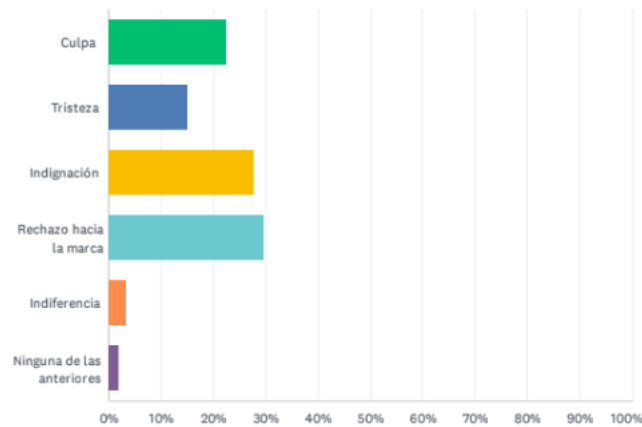
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Tristeza	52.21%	201
Rabia	10.91%	42
Impotencia	23.90%	92
Indiferencia	2.86%	11
Curiosidad	10.13%	39
TOTAL		385

P30 ¿Cual suele ser la emoción que le genera saber que una prenda de
ropa fue producida en condiciones laborales precarias?

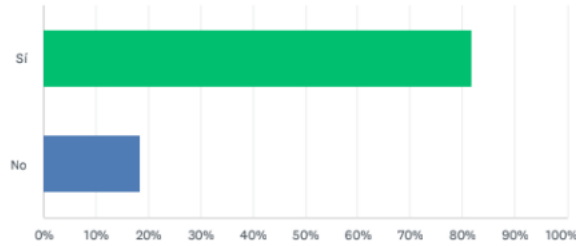
Respondidas: 385 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	Cantidad
Culpa	22.34%	86
Tristeza	15.06%	58
Indignación	27.79%	107
Rechazo hacia la marca	29.61%	114
Indiferencia	3.38%	13
Ninguna de las anteriores	1.82%	7
TOTAL		385

P31 ¿Estaría dispuesto a pagar más por una prenda de ropa fabricada de manera sostenible/sustentable (con menor impacto ambiental, social, comercio justo, etc) y de mejor calidad?

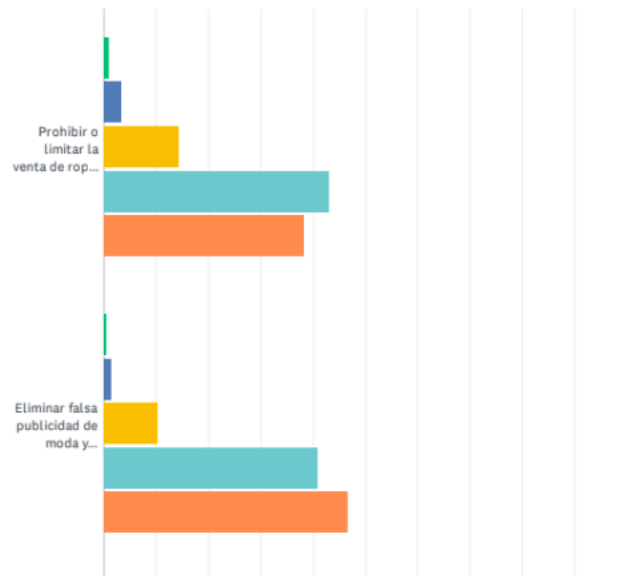
Respondidas: 385 Omitidas: 0

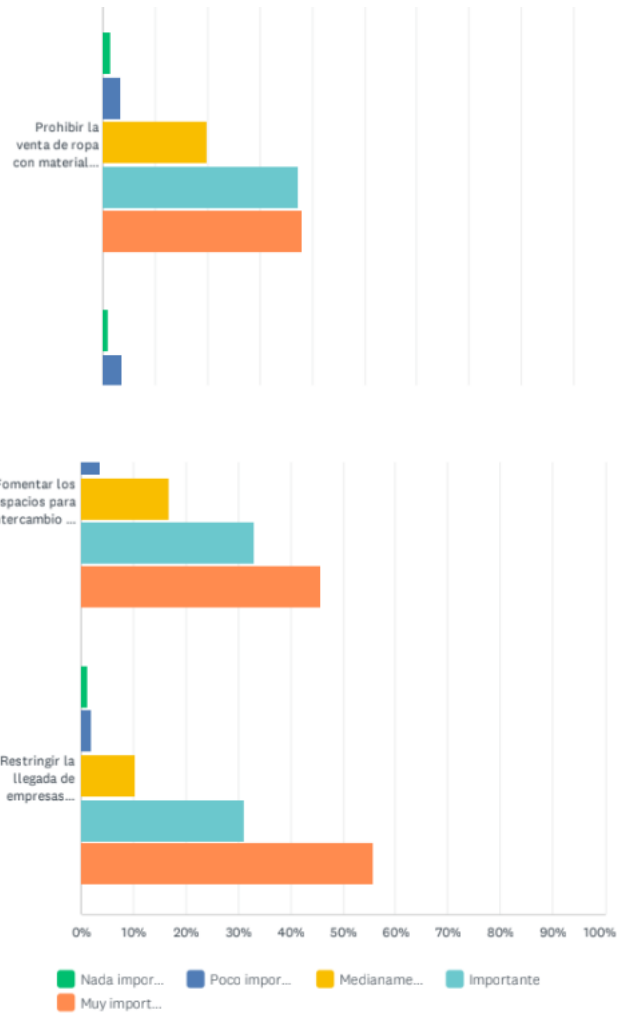


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Sí	81.56%	314
No	18.44%	71
TOTAL		385

P32 Para fomentar la moda sostenible/sustentable y reducir el consumo de ropa, existen diversas medidas públicas que se pueden adquirir. Indicar desde su criterio que tan importante es para usted llevar a cabo estas medidas.

Respondidas: 385 Omitidas: 0

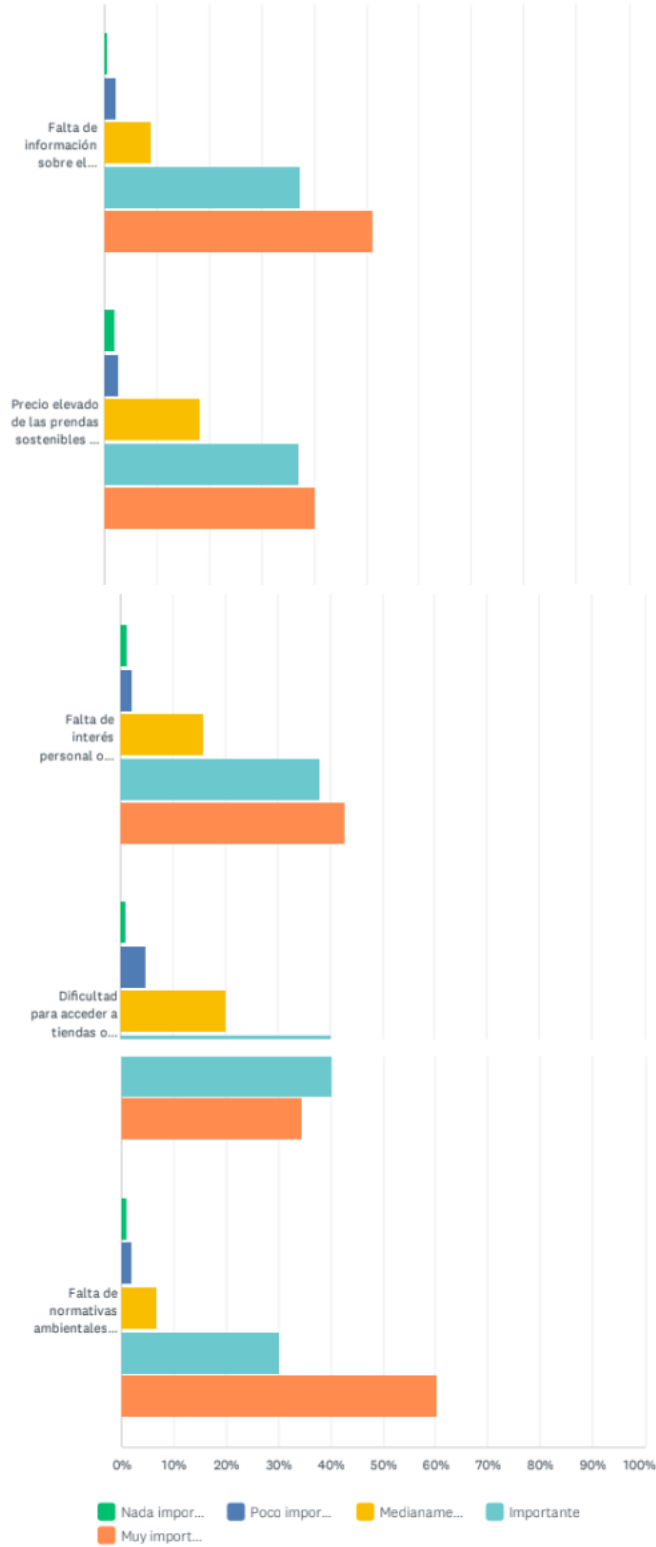




	NADA IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	MEDIANAMENTE IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	TOTAL	PROMEDIO PONDERADO
Prohibir o limitar la venta de ropa que fue producida en condiciones injustas	1.04% 4	3.38% 13	14.29% 55	43.12% 166	38.18% 147	385	4.14
Eliminar falsa publicidad de moda y sostenibilidad	0.52% 2	1.56% 6	10.13% 39	41.04% 158	46.75% 180	385	4.32
Prohibir la venta de ropa con materiales sin estándares ambientales	1.56% 6	3.38% 13	19.74% 76	37.40% 144	37.92% 146	385	4.07
Fomentar los espacios para intercambio de ropa, evitando la compra de prendas nuevas	0.78% 3	3.64% 14	16.88% 65	32.99% 127	45.71% 176	385	4.19
Restringir la llegada de empresas fabricantes de ropa que hayan tenido grandes problemas ambientales	1.30% 5	1.82% 7	10.13% 39	31.17% 120	55.58% 214	385	4.38

P33 ¿Qué tan importante considera las siguientes barreras/brechas para la implementación de prácticas más sostenibles?

Respondidas: 385 Omitidas: 0



	NADA IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	MEDIANAMENTE IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	TOTAL	PROMEDIO PONDERADO
Falta de información sobre el impacto ambiental del consumo de ropa	0.52% 2	2.08% 8	8.83% 34	37.40% 144	51.17% 197	385	4.37
Precio elevado de las prendas sostenibles o de segunda mano	1.82% 7	2.60% 10	18.18% 70	37.14% 143	40.26% 155	385	4.11
Falta de interés personal o motivación por cambiar los hábitos de consumo	1.30% 5	2.08% 8	15.84% 61	37.92% 146	42.86% 165	385	4.19
Dificultad para acceder a tiendas o plataformas con alternativas sostenibles	1.04% 4	4.68% 18	20.00% 77	40.00% 154	34.29% 132	385	4.02
Falta de normativas ambientales referidas a la producción y consumo textil	1.04% 4	1.82% 7	6.75% 26	30.13% 116	60.26% 232	385	4.47

P34 ¿Conoce, ha participado o recomendaría alguna iniciativa que promueva la sostenibilidad/sustentabilidad en el consumo de ropa?

Respondidas: 154 Omitidas: 231

Anexo 8: Realización del grupo focal

