Trama abierta

Percepción de la moda sostenible en Medellín

Mariana Zuluaga Restrepo

Seminario de Investigación

Diseño de Vestuario

MEDELLÍN, COLOMBIA 2026

Cómo leer los códigos

Las letras distinguen documentos, fichas y cartas. El número identifica un recurso dentro de cada grupo; no indica una página ni el orden obligatorio de lectura.

S

FUENTE DOCUMENTAL / DE DÓNDE PROVIENE UNA IDEA

Las S señalan los documentos usados para construir la guía.
S2 = actividades de investigación abierta.
S6 = propuesta ampliada de esta guía.

T

FICHA DE TRABAJO / QUÉ HERRAMIENTA USAR

La T identifica una ficha o plantilla para trabajar.
T02 = Mapa de actores y relaciones.
T08 = Matriz de categorías y evidencia.
T2 y T02 identifican la misma ficha; el cero solo ordena los códigos.

C

CARTA METODOLÓGICA / UNA PREGUNTA PARA ACTUAR

La C identifica una carta que orienta una actividad.
Cada carta tiene una ficha con el mismo número:
C02 acompaña T02 y C08 acompaña T08.

LAS SEIS FUENTES DE ORIGEN

S1 Planeación original de la guía.

S2 Actividades de investigación abierta (Seminario de Investigación).

S3 Estudio de percepción de la moda sostenible en Medellín.

S4 Mapa de actores y relaciones.

S5 Guía de licenciamiento abierto en Diseño de Vestuario.

S6 Propuesta ampliada de guía metodológica.

EJEMPLO DE UNA REFERENCIA

Fuente: S2, p. 5; S6, pp. 14 y 16.

Lee la página 5 de S2 y las páginas 14 y 16 de S6. «p.» significa página y «pp.», páginas del documento citado, no de esta guía.

DÓNDE ENCONTRAR LAS FICHAS Y LAS CARTAS

Son archivos del kit complementario. Conserva las carpetas «02 — FICHAS METODOLÓGICAS» y «03 — CARTAS METODOLÓGICAS» junto a la guía. Si recibiste solo este PDF, solicita también esos materiales.

01-06: etapas de la ruta. A: Adaptar. V: Validar.

INVESTIGAR DESDE EL VESTUARIO

Trama abierta

Guía replicable para estudiar la percepción de la moda sostenible



La trama comienza en la materia. Fotografía: Mike Murray / Pexels.

Mariana Zuluaga Restrepo

Seminario de Investigación · Diseño de Vestuario

Guía + fichas + cartas / CC BY-NC-SA 4.0

00 / BIENVENIDA

Una pregunta abre todo el sistema.

Para estudiantes e investigadores: esta guía enseña una ruta; las cartas activan decisiones y las fichas convierten esas decisiones en registros propios.

01	02	03	04	05
Escoge una carta	Responde la pregunta	Voltea y comprende	Abre la ficha	Aplica y registra

RECORRIDO / ÍNDICE INTERACTIVO

El caso y sus objetivos *03*

La ruta y los materiales *04*

01 / Define tu público *05*

Actores y fuentes *06*

02 / Construye el instrumento *07*

Preguntar sin inducir *08*

03 / Aplica y registra *09*

04 / Organiza las respuestas *10*

05 / Analiza los hallazgos *11*

06 / Presenta los resultados *12*

A / Adapta la metodología *13*

V / Valida la guía *14*

Créditos y referencias *15*

Lectura secuencial: sigue las seis etapas. Consulta directa: localiza una herramienta por su código T; cada carta C conserva el mismo número. Los botones T abren PDFs locales si se mantiene la carpeta completa.

Necesitas pregunta y público, participantes, instrumento, sistema de registro, tabla de clasificación y acuerdos de uso. Guarda una copia del PDF rellenable por proyecto.

EL PUNTO DE PARTIDA

Percepción de la moda sostenible en Medellín

El problema combina desconocimiento de prácticas responsables, dificultad para reconocerlas y desconfianza ante mensajes de sostenibilidad. El estudio busca comprender su relación con las decisiones de consumo.



Palacio Nacional, Medellín · 2018.
Felipe Restrepo Acosta · CC BY-SA 4.0.
Recorte. Fotografía de contexto.

PREGUNTA ORIGINAL

¿Cómo perciben los consumidores de Medellín la moda sostenible y qué factores influyen en su decisión de consumir este tipo de productos?

OBJETIVO GENERAL

Analizar la percepción de la moda sostenible en Medellín para determinar si los consumidores la consideran una transformación real de la industria o una estrategia de posicionamiento comercial.

CINCO OBJETIVOS ESPECÍFICOS

01 Identificar qué entienden los consumidores por moda sostenible.

02 Analizar el nivel de conocimiento sobre marcas sostenibles en Medellín.

03 Evaluar los factores que influyen en la decisión de compra de productos sostenibles.

04 Examinar la percepción de los consumidores frente al fenómeno del greenwashing.

05 Comparar las prácticas sostenibles de algunas marcas colombianas.

Base conceptual del proyecto: moda sostenible (menor impacto ambiental y social); economía circular (reutilización y reciclaje); consumo responsable (decisiones conscientes); greenwashing (apariencia de sostenibilidad sin respaldo). Son definiciones de trabajo, no un sistema de certificación.

Fuentes: S3, pp. 2 a 6. Antecedentes y bibliografía: p. 16.

DEL CONTEXTO A LA EVIDENCIA

Seis momentos, una trama que vuelve.

01 Define tu público

T01-T03

02 Construye el instrumento

T04-T05

03 Aplica y registra

T07

04 Organiza las respuestas

T08

05 Analiza los hallazgos

T06 / T09

06 Presenta los resultados

T10 / T13

EL PROTOCOLO ORIGINAL

S2 propone cinco pasos: definir público, aplicar encuesta o entrevista, organizar, analizar y presentar. Aquí se separan construir y aplicar para hacer visibles la preparación del instrumento y el registro. Adaptar (T11) y probar la guía (T12) acompañan toda la ruta.

QUÉ SE REPORTÓ EN EL CASO

Enfoque cualitativo; entrevistas a consumidores, observación digital, revisión bibliográfica y análisis comparativo de marcas. Población: jóvenes y adultos interesados en moda y sostenibilidad. La encuesta aparece como alternativa de adaptación en S2; su aplicación no se acredita.

Fuentes: S2, Actividad 3; S3, p. 6; S1, arquitectura.

01 / DEFINIR

¿De quién necesitas conocer la perspectiva?



Elegir una prenda, compartir una experiencia.
Sam Lion / Pexels. Imagen de apoyo.

01 Escribe una pregunta que conecte percepción, decisiones y territorio.

02 Define criterios de participación, diversidad buscada y forma de contacto.

03 Distingue población de participantes reales y documenta cada exclusión.

CASO MEDELLÍN

La población descrita es amplia: consumidores jóvenes y adultos interesados en moda y sostenibilidad. No se recuperaron edades, tamaño muestral ni reclutamiento. Esos vacíos deben quedar visibles en T01.

AL ADAPTAR

Justifica a quién escuchar en tu proyecto. Invitar solo personas interesadas puede dejar fuera otras percepciones. No copies las condiciones de Medellín sin revisar su pertinencia.

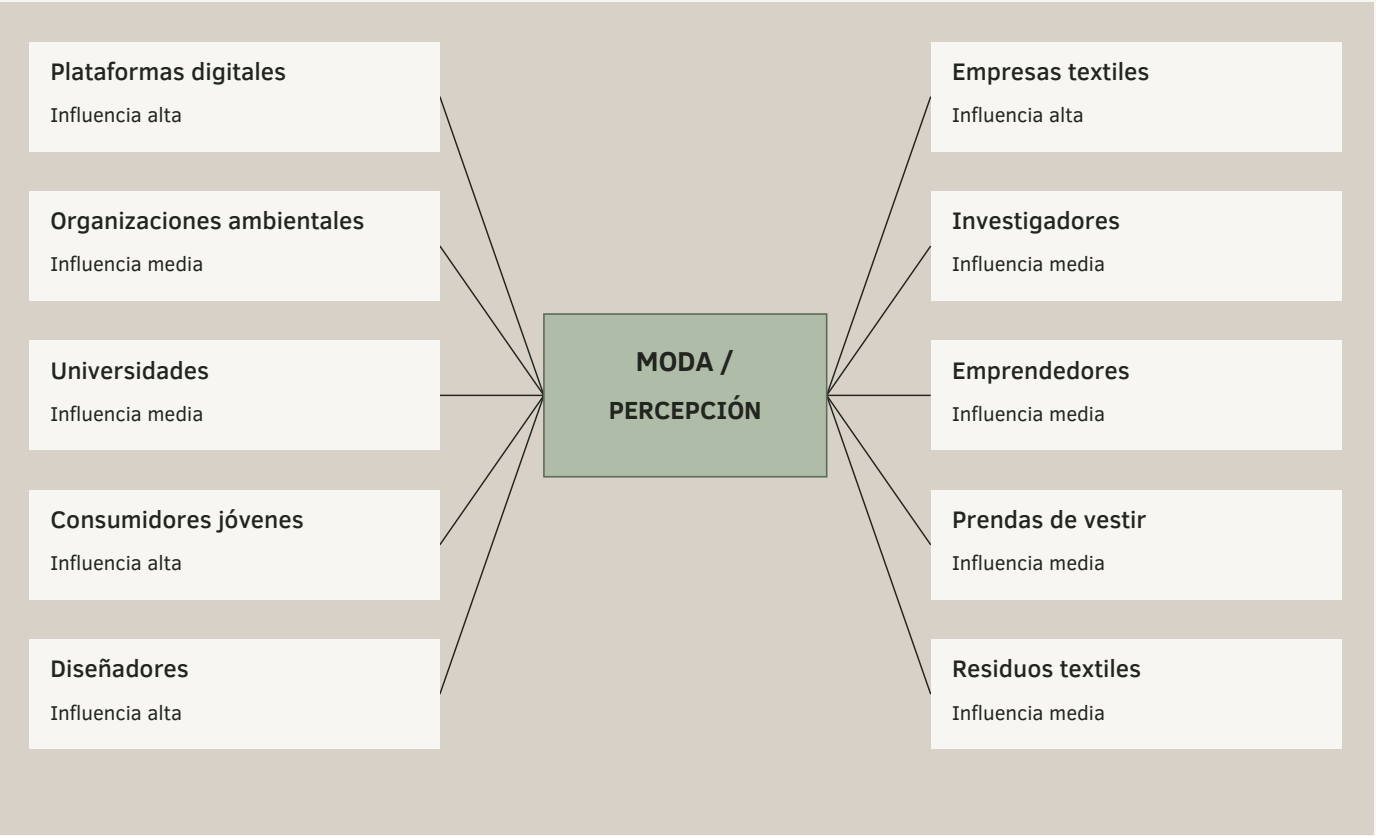
Cierre: puedes explicar a quién incluyes, por qué y qué no podrás afirmar.

T01 / Delimitar **T02 / Relacionar** **T03 / Contextualizar**

Fuentes: S3, pp. 3 a 6; S4; S2, paso 1. Procedimiento operativo ampliado.

UBICAR LAS RELACIONES

Un fenómeno se lee desde varias posiciones.



Reconstrucción del mapa textual S4. La posición de los nodos organiza la lectura; no representa cercanía medida. Alta y media son valoraciones de la fuente.

RELACIONES Y AUSENCIAS

S4 destaca consumidores-empresas, empresas-residuos y diseñadores-empresas. Propone fortalecer la colaboración con universidades y organizaciones ambientales. Señala como subrepresentados recicladores, talleres, proveedores y gestores de residuos.

REVISAR ANTES DE CITAR

Registra autoría, fecha, tipo de fuente y pasaje. Una noticia da contexto; un foro muestra un discurso situado. Distingue ese material de entrevistas propias. No asignes al artículo un aporte que no has documentado.

T02 / Relacionar T03 / Contextualizar

Fuentes: S4; S3, pp. 4, 6 y 17. Campos de revisión nuevos, sin notas históricas de lectura.

02 / PREPARAR

¿Qué necesitas escuchar y qué puedes observar?

01 Relaciona cada objetivo con una pregunta y una categoría de análisis.

02 Pregunta con palabras cotidianas, sin presuponer apoyo a la sostenibilidad.

03 Define unidad, canales, periodo y criterios para observación digital.

04 Ensaya comprensión y registra cambios con fecha y versión.



Escuchar y registrar con atención.
MART PRODUCTION / Pexels. Imagen de apoyo.

LOS TEMAS QUE DEBEN APARECER

Qué entiende y conoce la persona; prácticas asociadas; motivaciones; barreras; precio; calidad, diseño y durabilidad; confianza en mensajes sostenibles. Separa definición, valoración, intención y experiencia relatada.

UNA DECISIÓN EXPLÍCITA

La entrevista permite explorar significados y razones. Una encuesta es una alternativa de S2 que requiere otro diseño de preguntas y análisis. No se encontró una escala validada ni evidencia de encuesta aplicada en el estudio.

Variables o temas de S3: conocimiento, confianza, precio, materiales reciclados, transparencia e intención de compra. En esta guía se tratan como ejes cualitativos; no se inventan mediciones.

T04 / Escuchar **T05 / Observar** **T06 / Comparar**

Fuentes: S3, pp. 5 y 6; S2, p. 5. Guion y registros nuevos; instrumentos originales pendientes.

DE LA PREGUNTA AL REGISTRO

Escuchar con apertura. Observar con criterio.

Primero, el significado propio.

«Cuando escuchas moda sostenible, ¿qué significa para ti?»
Después solicita un ejemplo concreto. Evita explicar el concepto antes de escuchar la respuesta.

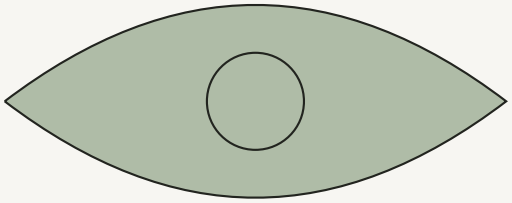
01 Reconstruye una compra reciente: qué eligió, qué influyó y qué papel tuvo la sostenibilidad.

02 Explora barreras y valor: precio, calidad, diseño y duración esperada.

03 Pregunta por confianza: qué mensaje resulta creíble y qué información revisaría.

OBSERVACIÓN DIGITAL

Una pieza por registro T05. Conserva URL, canal, fecha, afirmación y respaldo. Compara con T06 solo después de fijar criterios comunes. «No localizado en esta revisión» expresa un límite de búsqueda.



Estado de la evidencia: S3 reporta las técnicas, pero no adjunta guion aplicado, transcripciones ni capturas fechadas. Las preguntas y campos de T04-T05 son propuestas de esta edición. La tabla de marcas no permite certificar prácticas ni atribuir engaño.

T04 / Escuchar **T05 / Observar** **T06 / Comparar**

Fuentes: S3, pp. 6 y 15; S2, paso 2. Guion ampliado en T04, página 2.

03 / CUIDAR Y REGISTRAR

¿Cómo conservar el sentido sin exponer a las personas?



Manos, apuntes y trabajo compartido. Anna Shvets / Pexels. Imagen de apoyo.

01 Explica propósito, actividad, responsable, usos y posibilidad de omitir respuestas.

02 Separa acuerdos para participar, grabar y publicar. Define acceso, conservación y retiro.

03 Asigna código y registra fecha, canal y versión. Guarda identidad aparte de las respuestas.

04 Distingue cita literal, paráfrasis y nota de quien investiga; registra dudas e incidentes.

Cierre: cada registro puede localizarse y sus usos están acordados. No se recuperaron consentimientos del caso; T07 es una propuesta operativa y requiere revisión institucional para la nueva aplicación.

T07 / Cuidar y registrar **T04 / Escuchar** **T05 / Observar**

Fuentes: S2, Actividades 1-3; S5, p. 2. No se publican testimonios ni se presuponen permisos.

04 / ORGANIZAR

Cada fragmento conserva el hilo de su procedencia.

CONOCIMIENTO

Qué entiende la persona por moda sostenible.

PERCEPCIÓN

Cómo valora o interpreta la sostenibilidad.

MOTIVACIONES

Qué podría llevarla a comprar sosteniblemente.

BARRERAS

Qué dificulta la compra.

PRECIO

Cómo percibe el costo de los productos sostenibles.

CALIDAD Y DURABILIDAD

Qué espera del producto; diseño como subtema.

CONFIANZA

Si cree en los mensajes y qué razones aporta.

COMPORTAMIENTO

Relación entre intención y compra relatada u observada.



Tarjetas para ordenar ideas.
Pavel Danilyuk / Pexels.
Imagen de apoyo; ajena al caso.

01 Lee el registro completo y selecciona una unidad de sentido.

02 Localiza el origen y marca cita, paráfrasis, observación o síntesis.

03 Asigna categoría, justifica y conserva dudas o cambios.

Caso documental: S3, p. 12, reúne interés y precios elevados. En T08 se muestra como paráfrasis de una síntesis secundaria, clasificada en motivaciones, barreras y precio. No es una cita de participante ni la matriz histórica.

T08 / Organizar

Fuentes: S2, p. 5 (ocho categorías); S3, p. 12. Matriz nueva; no contar filas como personas.

05 / INTERPRETAR

¿Qué patrón sostienes y qué podría cuestionarlo?

EVIDENCIA

Fuente + localizador

LECTURA

Patrón + excepción

ALCANCE

Límite + siguiente paso

01 Busca recurrencias, barreras y motivaciones en T08; escribe un patrón provisional.

02 Examina diferencias y excepciones. Contrasta técnicas solo si conservas registros.

03 Distingue intención, compra relatada y conducta observada. Anota información ausente.

04 Redacta hallazgo, apoyo, explicación alternativa, límite y recomendación proporcional.

LO QUE REPORTA S3

La síntesis asocia sostenibilidad con ambiente y reciclaje, reporta dudas para reconocer prácticas, interés con barreras de precio, influencia de redes y valoración de transparencia. Las conclusiones destacan educación e información.

LO QUE NO PUEDE INFERIRSE

Sin registros primarios no se verifican frecuencias, diferencias entre grupos ni contrastes por técnica. La comparación de ocho marcas carece de capturas y fechas. Sus juicios no se convierten en acusaciones comprobadas.

T06 / Comparar **T09 / Interpretar**

Fuentes: S2, paso 4; S3, pp. 12, 15 y 16. Propuesta de contraste, sin análisis primario reconstruido.

06 / COMPARTIR

Un hallazgo se vuelve útil cuando puede comprenderse.

UN MENSAJE POSIBLE

La síntesis del estudio reporta falta de claridad para identificar prácticas sostenibles y valoración de la transparencia. Fuente: S3, pp. 12 y 16. Alcance: lectura documental; sin estimación de cuántas personas comparten esa percepción.



La materia y el oficio, de cerca.
cottonbro studio / Pexels.
Imagen de apoyo.

01 Define audiencia, mensaje y propósito.

02 Elige un formato que responda al hallazgo.

03 Incluye evidencia, límite, versión y condiciones de uso.

ELIGE LA FORMA POR SU FUNCIÓN

INFOGRAFÍA Síntesis con evidencia	**MAPA** Relaciones o percepciones	**CARTOGRAFÍA** Barreras y motivaciones
GRÁFICO Solo con datos completos	**INFORME VISUAL** Método y lectura extensa	**RECOMENDACIONES** Acciones proporcionales

S3 concluye que información y educación son fundamentales. Una visualización puede comunicar esa síntesis; no puede producir porcentajes, causalidad o rankings ausentes.

T10 / Compartir **T13 / Abrir**

Fuentes: S2, pp. 6-8; S3, pp. 12 y 16. Canales propuestos, publicación no realizada.

A / UNA RUTA TRANSFERIBLE

Cambia el contexto. Documenta la decisión.

CONSERVA

Pregunta, instrumento, registro, organización, análisis y comunicación; la distinción entre evidencia e interpretación; el rastro de cada cambio.

REVISA

Territorio, público, relaciones, reclutamiento, vocabulario, canales, periodo y condiciones de participación. Usa las ocho categorías como punto de partida, con equivalencias explícitas.



Otras prendas, otras preguntas.
Letícia Alvares / Pexels.
Imagen de apoyo.

LA BITÁCORA DEBE REGISTRAR

01 Ciudad y público estudiado

02 Preguntas modificadas

03 Nuevas preguntas añadidas

04 Categorías nuevas

05 Hallazgos diferentes

06 Dificultades encontradas

07 Recomendaciones para mejorar

No hay réplica documentada. Para otro tema de investigación en diseño, conserva solo las categorías pertinentes y explica qué cambias y por qué. Los resultados nuevos se registran después de aplicar.

T11 / Adaptar

Fuentes: S2, p. 6; S6, p. 14. T11 reserva los ocho campos originales y el motivo de los cambios.

V / PRUEBA DE COMPRENSIÓN

¿Puede alguien usarla sin tu explicación?

La prueba se propone en S6 y está pendiente. Revisa comprensión y aplicabilidad del kit; no valida retrospectivamente los datos ni el guion de investigación.

01

Vestuario

Estudiante ajeno al proyecto

02

Otra área

Comunicación, diseño, mercadeo o ciencias sociales

03

Experiencia

Docente o investigador en metodología

TAREA

Plantear un estudio similar en otro contexto usando guía, carta y ficha, sin explicación adicional. Observar ruta, dudas, ayudas y errores. Registrar la versión probada.

CINCO PREGUNTAS DE CIERRE

1. ¿Entendiste el propósito?
2. ¿Los pasos fueron claros?
3. ¿Dónde dudaste?
4. ¿Podrías adaptarla a otro contexto?
5. ¿Qué cambiarías o agregarías?

01 Registra dificultad, observación que la sustenta y cambio necesario.

02 Vuelve a probar las tareas afectadas y conserva el resultado.

Criterio propuesto: distinguir evidencia y propuesta, elegir una ficha pertinente y explicar una adaptación. Tres perfiles aportan indicios cualitativos de uso; no demuestran eficacia general.

T12 / Probar

Fuente: S6, pp. 14 y 16. Sin respuestas ni validaciones inventadas.

AUTORÍA Y APERTURA

Compartir también requiere documentar.

AUTORÍA

Mariana Zuluaga Restrepo. Percepción de la moda sostenible en Medellín. Seminario de Investigación, Diseño de Vestuario. Edición del sistema: 21 de octubre de 2026. La entrega no acredita aprobación académica ni una prueba con usuarios.

LICENCIA DE ESTA EDICIÓN

CC BY-NC-SA 4.0 para los contenidos, plantillas y dibujos originales de esta edición, siguiendo la elección de S2: atribuir autoría, uso no comercial, misma licencia en adaptaciones e indicar cambios. Los materiales externos conservan sus derechos.

Consultar licencia CC BY-NC-SA 4.0

ANTES DE CIRCULAR

S2 distingue CC BY para metodología, guion y mapa; CC BY-NC para ciertas visualizaciones; acceso parcial a testimonios autorizados y restringido a bases personales. Esas condiciones se conservan como propuestas documentales; no se relicencian los originales. Completa T13 por recurso.

CUATRO REFERENTES DE DISEÑO / ÚNICOS EN ESTA EDICIÓN

Stanford d.school. Design Thinking Bootleg (2018).

Módulos, preguntas y navegación por herramienta.

Service Design Toolkit. Downloads.

Instrucciones breves y superficies de trabajo diferenciadas.

Kirst, N. (2018, 2 de agosto). Für mehr Methodensicherheit! PAGE / Bureau Franzreb.

Numeración, símbolos y síntesis para orientar la acción.

IDEO. (2003, 1 de noviembre). Method Cards.

Colección explorable; equilibrio entre pregunta, imagen y acción.

EB Garamond y Clear Sans; dibujos originales. Fotos de apoyo: Pexels (licencia propia) y Felipe Restrepo Acosta (CC BY-SA 4.0, recorte). Son ajenas al trabajo de campo y conservan sus licencias. Pulsa cada crédito para consultar la fuente.

FUENTES PARA VOLVER

El rastro de esta trama

BASE LOCAL

S1 / Planeación original. Recuperada en Descargas; carpeta nominal vacía.

S2 / Investigación abierta, Actividades 1-3, 8 páginas textuales.

S3 / Estudio Percepción de la moda sostenible en Medellín, 18 páginas.

S4 / Mapa textual de actores y relaciones.

S5 / Herramienta de taller sobre licenciamiento, 2 páginas.

S6 / Planeación ampliada, 16 páginas; prueba de uso sugerida.

BIBLIOGRAFÍA CONSERVADA DEL ESTUDIO / S3, P. 17

01 Fucsia. (2025). El reciclaje y el diseño ético protagonizan Colombiamoda 2025 con su renovado mercado de moda circular.
Abrir referencia original

02 Infobae. (2026). Moda sostenible en Colombia: el reto de medir y reducir la huella ambiental.
Abrir referencia original

03 Red Colombiana de Información Científica. (s. f.). Investigación sobre sostenibilidad y consumo responsable en Colombia.
Abrir referencia original

04 Reddit. (2022). ¿Compras moda sostenible?
Abrir referencia original

05 Reddit. (2025). Moda sostenible: cómo vestir sin dañar el planeta.
Abrir referencia original

06 Revistas Universidad Santo Tomás. (2024). Moda sostenible en Colombia: ¿utopía o posibilidad?
Abrir referencia original

07 Semana. (2022). Colombiamoda inauguró su pasarela con estilo sostenible. [El enlace original dirige a El Heraldo.]
Abrir referencia original

Las entradas se conservan como aparecen en S3, con puntuación normalizada. Su inclusión registra el soporte citado por el proyecto; no afirma verificar sus metadatos ni su contenido. El enlace atribuido a Semana dirige a El Heraldo. Normalización y comprobación bibliográfica pendientes.

TRAMA ABIERTA

Investigar.
Documentar.
Compartir.

Mariana Zuluaga Restrepo

Seminario de Investigación · 2026

Una pregunta abre todo el sistema.

Una ruta para definir, escuchar, registrar, organizar, interpretar y compartir lo que las personas piensan sobre la moda sostenible.

Percepción de la moda sostenible en Medellín

Mariana Zuluaga Restrepo

Seminario de Investigación · Diseño de Vestuario

MEDELLÍN, COLOMBIA 2026