

# 02

---

**Diseño y medioambiente:  
WeiKap un movimiento  
de moda consciente**

Kelly Calle

Estudiante de Diseño de Modas  
de la Corporación Universitaria  
Colegiatura Colombiana,  
Medellín



Los antioqueños gastan en promedio 570 mil pesos al año en moda (incluida ropa y zapatos), lo cual los ubica por encima de los bogotanos, que destinan para esto en promedio 380 mil pesos, según datos del Instituto para la Exportación y la Moda, Inexmoda. [...]De hecho, en el año 2.000 se calculaba en 3 piezas el consumo, subió a 7 en el 2007 y el 2017 se incrementó a 23 (El Tiempo, 2019).

Kelly Calle

# 95

De ahí la importancia de WeiKap. Esta iniciativa va dirigida a los consumidores, ya que se considera que son un elemento clave en la cadena de producción de una prenda. En efecto, es uno de los puntos en los que se puede comenzar a realizar un cambio notable para beneficiar al medioambiente. En este sentido, llegamos a la conclusión de que, si el consumidor de vestuario conoce más sobre la prenda y toda su cadena de producción, podemos inspirarlo a tomar consciencia y responsabilidad sobre sus hábitos de consumo. Factor que disminuiría la demanda del producto, lo cual contribuye a ralentizar la producción de prendas baratas y, por tanto, a reducir la contaminación del medioambiente.

Diseño y medioambiente:  
WeiKap un movimiento de moda consciente

Según el Informe especial de textil y confección presentado por Inexmoda, el consumo de moda en Colombia registró un alza del 4% en su acumulado entre enero y abril de este año frente al mismo período del año precedente, con una facturación de 8,3 billones de pesos. En la más reciente entrega de comercio exterior del DANE se registró además un alza del 12% en las exportaciones de prendas y accesorios de vestir durante el mes de abril, lo que genera esperanzas en el sector (González, 2019).

## Descripción del proyecto

En relación con lo anterior, WeiKap, a través de sus herramientas digitales, invita a que el consumidor conozca de buenos procesos de producción y formas de ser más conscientes a la hora de comprar una prenda. Este movimiento puede comenzar a crear un impacto

positivo para el medioambiente y para la industria de la moda. Dicho de otro modo, se trata de que la producción industrial no se concentre en la ganancia y genere una superproducción, sino que se concentre en producir con conciencia un producto de buena calidad. Así, se puede generar una cadena de producción más justa y limpia. Como lo menciona el reporte de WGSN (2020), el apoyo que nos pueden brindar las áreas de digitalización y aceleración tecnológica que estamos viendo en el presente por la situación de la emergencia sanitaria a nivel mundial, se vuelven fundamentales para poder portar la voz de cualquier mensaje a un nivel masivo y directo al consumidor. Estas herramientas permiten crear una comunidad.

Sin embargo, no puede existir un cambio notable sin que haya un cambio en los hábitos de consumo de los usuarios. Mientras más personas sean conscientes de la ropa que consumen, cómo la consumen y lo que pueden hacer con ella después de su vida de uso, el cambio va a ser mucho más notorio y benéfico para la sociedad y el medioambiente.

Del proceso de investigación y trabajo con WeiKap se pudieron extraer varios aprendizajes. El primero de ellos es que está en nuestro poder el cambio, es decir, depende de cada individuo ser conscientes del nivel de consumo y el tiempo de uso que se le da a cada objeto. Por otro lado, también se debe incidir en las prácticas de otros individuos buscando generar la misma consciencia en ellos.

En segundo lugar, en la medida en que este proceso comunicativo va creciendo podemos ver que el impacto trasciende lo individual y llega hasta lo colectivo. Esto quiere decir que el conocimiento que se va generando sobre las buenas prácticas de consumo, como lo son estar informados, revisar cadenas de valor entre otros, logran transmitirse a gran escala y logra un mayor impacto positivo en el medio ambiente. Recordemos que las acciones en una escala micro tienen implicaciones en lo macro.

WeiKap, tiene como territorio principal de impacto la ciudad de Medellín, pero se espera que su invitación de cambio llegue a todo

el territorio colombiano, generando así un cambio de la industria vestimentaria y sus consumidores a nivel nacional. Este cambio más que cualquier asunto económico, es comenzar a que el resto del mundo vea a Colombia como un potenciador de la industria vestimentaria justa, limpia y consciente, y así también su consumidor.

No consideramos que WeiKap sea una solución inmediata y menos la única necesaria para abordar todas las problemáticas, pero sí que, ojalá, contribuya a que haya usuarios más conscientes de sus prácticas de consumo, empezando por la compra de ropa. Todavía falta mucho terreno por cubrir para un mejor cuidado del medioambiente, pero es reconfortante saber que somos parte del cambio.

## Referencias bibliográficas

- Bauman, Z. (2012). Vida de consumo. México D.F: Fondo de cultura económica.
- El Tiempo. (2019). Paisas gastan más en ropa que habitantes de Bogotá. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/paisas-gastan-mas-en-ropa-que-habitantes-de-bogota-314378>
- González Litman, T. (2019). El consumo de moda en Colombia subió un 4 % durante los primeros 4 meses del año. Fashion network. Recuperado de: <https://pe.fashionnetwork.com/news/El-consumo-de-moda-en-colombia-subio-un-4-durante-los-primeros-4-meses-del-ano,1108340.html>
- WGSN. (2020). Perspectiva del consumidor y estrategias, Aceleradores del cambio a nivel global. Recuperado de: <https://www.wgsn.com/es/products/insight/>

Kelly Calle

Diseño y  
medioambiente:  
WeiKap un  
movimiento  
de moda  
consciente

