



FACULTAD DE DERECHO - E3

LA DISPOSICIÓN DE RESIDUOS TEXTILES ENTRE CENTENNIALS: ¿CÚANDO UNA PRENDA DEJA DE TENER VALOR Y PASA A SER RESIDUO Y CUÁL ES LA PRINCIPAL O PRINCIPALES FORMAS DE DISPOSICIÓN DE RESIDUOS?

Autor: María Blanco-Moreno Aguilar (201910379)

Directora: Carmen Valor Martínez

MADRID, JUNIO 2024

RESUMEN

El problema de la basura textil ha crecido debido a la producción masiva y el consumo desenfrenado de ropa, generando aproximadamente 92 millones de toneladas de residuos textiles anuales a nivel mundial. La moda rápida impulsa a los consumidores a desechar prendas rápidamente, con una vida útil promedio de solo siete usos. Este fenómeno no solo causa daños ambientales, sino que también subraya la necesidad de adoptar modelos de economía circular en la industria textil. Este estudio se centrará en la generación centennial, explorando cuándo y por qué perciben una prenda como residuo, y las formas en que disponen de ella. La metodología combina una revisión teórica y una investigación empírica basada en entrevistas, buscando comprender las motivaciones económicas, sociales, medioambientales y emocionales detrás de estas prácticas.

Palabras clave: Residuos textiles, Desecho de prendas, Economía circular, Generación centennial y Residuo

ABSTRACT

The problem of textile waste has grown due to the mass production and rampant consumption of clothing, generating approximately 92 million tons of textile waste annually worldwide. Fast fashion drives consumers to dispose of garments quickly, with an average lifespan of only seven uses. This phenomenon not only causes environmental damage but also underscores the need to adopt circular economy models in the textile industry. This study focuses on the centennial generation, exploring when and why they perceive a garment as waste and the ways they dispose of it. The methodology combines a theoretical review and empirical research based on interviews, aiming to understand the economic, social, environmental, and emotional motivations behind these practices.

Key Words: Textile waste, Garment disposal, Circular economy, Centennial generation and Residue

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Justificación del tema	4
1.2. Objetivos	5
1.3. Metodología	5
2. MARCO CONCEPTUAL	7
2.1. El concepto de residuo y determinantes de la percepción de residuo	7
2.2 Los centennials y sus principales prácticas de disposición de residuos textiles	9
2.2.1. <i>La reventa o alquiler de ropa post uso</i>	10
2.2.2. <i>El reciclaje y la donación de ropa</i>	11
2.3. Motivación de estas prácticas	12
3. MÉTODO	15
3.1. Grounded Theory	15
3.2. Muestra	16
3.3. Recogida de datos	17
3.4. Análisis de datos	18
4. RESULTADOS	20
5. CONCLUSIONES	28
6. BIBLIOGRAFÍA	31
ANEXO	35

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del tema

El problema de la basura textil ha aumentado significativamente en las últimas décadas debido a la producción masiva y al consumo desenfrenado de prendas de vestir. Se estima que anualmente se generan aproximadamente 92 millones de toneladas de residuos textiles en todo el mundo, lo que representa una grave amenaza para el medio ambiente (Global Fashion Agenda & Boston Consulting Group, 2017). Además, el ciclo de vida de la ropa se ha reducido drásticamente; en promedio, una prenda se utiliza solo siete veces antes de ser desechada, contribuyendo al creciente volumen de residuos (McKinsey & Company, 2016). Este fenómeno está impulsado en gran medida por la moda rápida, un modelo de negocio que incentiva a los consumidores a comprar y desechar ropa con una rapidez sin precedentes. Según la Fundación Ellen MacArthur (2017), la producción de ropa se duplicó entre el año 2000 y 2014, alcanzando las 100 mil millones de prendas por año. La obsolescencia rápida de la ropa no solo se debe a la baja calidad de las prendas, sino también a la percepción de los consumidores de que las prendas pierden su valor fenomenológico y emocional rápidamente (Niinimäki, 2013). Estos patrones de consumo no sostenibles subrayan la necesidad de adoptar modelos de economía circular en la industria textil, donde se priorice la reutilización, reparación y reciclaje de materiales para mitigar la generación de residuos (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Hay que resaltar que el valor fenomenológico de las prendas depende de muchos factores y como hemos dicho anteriormente que estas prendas pierdan dicho valor rápidamente provoca que cada vez se genere más basura textil. Dicho valor fenomenológico es claramente subjetivo ya que prenda desechada por una celebridad, que para esta ya no tiene valor, puede adquirir un alto valor económico en el mercado, cambiando su estatus de "residuo" a "valor"(Elberse & Verleun, 2012).

El desafío de la basura textil no es solo una cuestión ambiental, sino también una oportunidad para reconsiderar cómo percibimos y manejamos los residuos. La investigación propuesta tiene como objetivo explorar esta percepción entre los centennials, identificando el momento y la manera en que una prenda pierde su valor para ellos y se convierte en un residuo, así

como las principales formas de disposición de estos residuos. Al comprender las dinámicas que llevan a ver un residuo en una prenda y cómo se deshacen de ella, este estudio contribuirá a entender mejor la gestión de residuos textiles en un contexto social y generacional cambiante.

1.2. Objetivos

Los residuos, especialmente la basura textil, plantean desafíos ambientales significativos en la actualidad. Para comprender y abordar su impacto ambiental, es crucial considerar dos aspectos clave: la percepción de las personas sobre la ropa como residuo, es decir, cuándo deja de tener valor, y cómo se deshacen de ella una vez que la consideran un desecho. El objetivo del estudio se centrará en los centennials y se divide en tres componentes principales.

En primer lugar, quiero identificar los factores que llevan a los centennials a deshacerse de una prenda. Este primer componente se enfoca en identificar los factores y circunstancias que se llevan a los individuos de esta generación a considerar que una prenda ya no es valiosa es decir cuando se convierte en un residuo.

En segundo lugar, quiero analizar las prácticas de disposición de ropa entre la generación centennial. Es decir, entender cómo se deshacen de la ropa que consideran un residuo ¿la donan, la venden, la reciclan o la tiran a la basura?.

En último lugar, voy a investigar las motivaciones detrás de las prácticas de disposición; en concreto, estudiar las distintas razones que llevan a la generación centennial a gestionar sus prendas de vestir. Estas suelen estar relacionadas con fenómenos económicos, sociales, medioambientales o emocionales y llevan a los individuos a deshacerse de la ropa de distintas maneras.

1.3. Metodología

La metodología que voy a utilizar para mi TFG combina una sólida revisión teórica con una investigación empírica, permitiendo una comprensión integral del tema. La primera fase,

enfocada en el marco teórico, analizará a fondo la conceptualización de residuo, los métodos de disposición de textiles y los factores que influyen en la percepción de que una prenda ha perdido su valor. Además, se explorarán las consecuencias medioambientales de estos residuos, incluyendo su contribución a los gases de efecto invernadero.

La segunda fase, la investigación empírica, emplea un estudio inductivo basado en grounded theory. A partir de entrevistas a individuos de diferentes perfiles se trata de identificar qué determina que los centennials dejen de ver valor en una prenda y es, por tanto, un residuo, explorando cómo optan por deshacerse de ella. Este enfoque inductivo permitirá obtener una comprensión detallada de las motivaciones detrás de las prácticas de disposición, vinculando factores económicos, sociales, medioambientales y emocionales.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1 El concepto de residuo y determinantes de la percepción de residuo

Según la RAE, el concepto de residuo puede ser definido de tres maneras diferentes. Para empezar como una parte o porción que queda de un todo. Asimismo, como aquello que resulta de la descomposición o destrucción de algo. Por último, se entiende residuo como material que queda como inservible después de haber realizado un trabajo u operación.

Por lo tanto, se entiende por residuo a cualquier bien u objeto que se genera simultáneamente con el producto principal. Esta definición abarca tanto aquellos elementos que se vuelven inaprovechables, denominados 'desechos', como aquellos que persisten después de cualquier proceso, independientemente de su utilidad (Gómez, 1995). La concepción de residuo aquí expuesta subraya la inclusividad de cualquier subproducto o remanente que resulte de las distintas etapas de producción, destacando tanto los elementos descartados como los que simplemente perduran tras el proceso en cuestión.

El concepto de residuo está interrelacionado con el término valor (Nature, 2023), debido a que cualquier cosa se convierte en un residuo en el momento en el que la persona poseedora de aquella decide que ha perdido valor. El valor, en su sentido más amplio, es lo que obtenemos al realizar una actividad y puede ser emocional, funcional, social o experiencial (Holbrook, 1999). El valor funcional se refiere a la utilidad práctica y la eficacia de un producto o servicio. El valor emocional se relaciona con los sentimientos y las emociones que experimentamos a través de una actividad o posesión. El valor social se deriva de la capacidad de un producto o servicio para mejorar nuestras relaciones o estatus dentro de un grupo social. Por último, el valor experiencial se refiere a las experiencias únicas y memorables que obtenemos. Esta conceptualización del valor se apoya en teorías como la lógica dominante del servicio de Vargo y Lusch, que enfatiza el valor en uso y la co-creación de valor a través de interacciones y experiencias (Vargo & Lusch, 2004; Lusch & Vargo, 2006). Este análisis nos aproxima a la noción de que el concepto en cuestión no se presenta como algo estáticamente cerrado o definido, sino que su comprensión está influenciada tanto por el período histórico como por la perspectiva individual que lo evalúa. (Gómez, 1995)

Ejemplificando esto, en sociedades antiguas con recursos limitados, lo que ahora consideramos desechos agrícolas solía tener un gran valor, utilizándose para alimentar ganado o como fuente de energía. En cambio, en las sociedades modernas abundantes, estos mismos materiales son vistos como residuos. Este cambio en la percepción y gestión de los desechos refleja cómo las condiciones económicas y de recursos influyen en nuestra valoración de los materiales. En sociedades de la abundancia como la nuestra, tendemos a convertir los materiales en residuos más rápidamente, lo que genera problemas ambientales y sociales significativos. Esta tendencia resulta en un consumo excesivo y un desperdicio que exacerba los desafíos de sostenibilidad (Gregson et al., 2015).

Asimismo, con respecto a la ropa que es el tópico que vamos a abordar en este trabajo, para explicar cuando una prenda se torna en un residuo es importante identificar el simbolismo asociado, así como la percepción que tienen de ésta distintos grupos sociales. Algunos perciben la ropa de segunda mano como desechos, mientras que para aquellos con recursos limitados representa un regalo y la oportunidad de obtener prendas esenciales para cubrirse y abrigarse. Para otros, constituye una expresión de sus valores y actitudes, y, en última instancia, si se comercializa como moda vintage, puede ser interpretada como una declaración consciente de estilo (Mazanec & Harantová, 2024)..

Al profundizar en la percepción individual de los residuos, nos alejamos de la mirada macroeconómica de abundancia y escasez para adentrarnos en un terreno más íntimo y subjetivo (Gutiérrez & Romero, 2014). Aquí, cada objeto lleva consigo una historia única, imbuida de significados personales y recuerdos intransferibles. En esta dimensión micro, la camiseta que nos regaló nuestra madre, o aquella que vestimos en un momento crucial de nuestras vidas, trasciende su valor material para convertirse en un tesoro irremplazable, independientemente de su estado físico o su disponibilidad en el mercado. Esta perspectiva fenomenológica nos revela que la decisión de etiquetar algo como residuo puede ser tan variable como las experiencias humanas que lo rodean. Un pequeño desgaste o una mancha pueden ser suficientes para que algunos lo consideren inservible, mientras que para otros, estos signos de uso potencian su valor sentimental. Reconocer esta diversidad en la percepción individual de los objetos nos desafía a repensar nuestras nociones sobre los

residuos, entendiendo que su valor no reside únicamente en su funcionalidad o su abundancia, sino también en las historias personales que los envuelven y los significados que les otorgamos. Por lo tanto, se puede concluir según afirma del Val (1992, página 10) “el residuo es ante todo una realidad social, diferente según sociedades, épocas y percepciones”

2.2 Los centennials y sus principales prácticas de disposición de residuos textiles

La Generación Z también se conoce como la generación centennial, generación "yo", generación con enfoque realista, entre otros términos que se han utilizado para definir a esta generación (MacGorry, 2017). Se trata de la primera generación de jóvenes nacidos en el nuevo siglo y son muy diferentes de la generación de la que provienen (MacGorry, 2017). Los Centennials nacieron mayormente después de 1997. Esta generación, nacida en la era del auge tecnológico, se caracteriza por ser socialmente activa, estar inmersa en ciclos de información las 24 horas del día, pero también enfrenta desafíos en cuanto a la educación, la sostenibilidad y la disparidad social.

En este apartado vamos a tratar a los centennials como creadores de residuos de ropa. Los centennials, también conocidos como la Generación Z, nacieron en la era de Internet y están fuertemente influenciados por las redes sociales, lo que los convierte en consumidores jóvenes y activos (MacArthur, 2020). A pesar de su conciencia ambiental, su comportamiento de compra se ve significativamente influenciado por las redes sociales, que actúan como un medio principal para comunicarse, buscar información sobre productos y marcas, y compartir opiniones sobre sus compras. Este comportamiento contribuye a construir la reputación en línea de las marcas y fomenta el consumismo entre ellos (Ramos & Rodrigues, 2020). Por lo tanto, a pesar de su conciencia sobre los problemas ambientales, que les lleva a buscar distintas maneras de disposición de prendas para así evitar desecharlas y contribuir a la contaminación textil, los centennials también son una generación muy consumista, impulsada en gran parte por la experiencia tecnológica y la influencia de las plataformas de redes sociales en sus decisiones de compra. Esto provoca que contribuyan en gran parte al fast-fashion y por ende a la contaminación.

Ejemplificando esto, aunque el 75% de la Generación Z valora la sostenibilidad sobre la marca al comprar ropa, sus hábitos contradicen esta preferencia. Un informe de ThredUp

revela que el 65% quiere ropa sostenible, pero un tercio se describe como adicto al fast fashion, comprando prendas para un solo uso. En el Reino Unido, el 90% elige fast fashion, y solo el 16% puede nombrar una marca sostenible. Esta paradoja destaca una brecha entre intenciones y acciones, cuestionando por qué, a pesar de la conciencia, persiste la preferencia por un modelo que contribuye a la crisis ambiental. (Upton-Clark, 2023)

Asimismo, los centennials tienden a valorar la flexibilidad y la libertad, lo que se refleja en un menor apego a posesiones materiales, incluida la ropa. Esta característica puede llevar a un consumo más frecuente y al descarte de prendas, alimentando la cultura del "usar y tirar" (Rathinamoorthy, 2020). La preferencia por la moda rápida y las tendencias cambiantes, junto con un menor apego a las prendas, lleva a un ciclo más rápido de consumo y descarte. Esto contribuye significativamente al aumento de residuos textiles, un problema ambiental creciente (Rathinamoorthy, 2020).

Después de haber analizado cómo los centennials, o la Generación Z, contribuyen a la generación de residuos de ropa, es crucial cambiar el enfoque hacia cómo se gestionan y disponen estos residuos. En los apartados siguientes, estudiaremos las prácticas y estrategias actuales de disposición y gestión de residuos textiles entre los centennials.

2.2.1. La reventa o alquiler de ropa post uso

La disposición de ropa antigua nos llama a hablar de la moda circular, la aplicación de prácticas de consumo o la compra/venta de artículos de segunda mano, la reinterpretación o renovación de prendas ya existentes, y la opción de alquiler (Kim, Woo, & Ramkumar, 2021). Estas medidas posibilitan que los jóvenes tengan una gran variedad de maneras desechar como de adquirir ropa sin necesidades de que sea completamente nueva, reduciendo así la basura textil. Este enfoque conlleva beneficios dobles: por un lado, se prolonga la vida útil de productos ya existentes, disminuyendo así el consumo de recursos; por otro lado, se proporciona una opción novedosa a aquellos interesados en adquirir artículos de moda. (Kim, Jung, & Lee, 2021).

La ropa circular es preferida principalmente por adolescentes y jóvenes, debido a la eco-ansiedad, evidenciando su fuerte preocupación por el medio ambiente y la reducción de la huella de carbono(Srivastava, 2021). Además, su fascinación por artículos únicos, asequibles y sostenibles los lleva a optar por vender su ropa de segunda mano y comprar la de otros y participar activamente en la economía colaborativa(Oláh, 2021). Esta economía colaborativa engloba todas aquellas actividades que suponen un intercambio entre particulares de bienes y servicios a cambio de una compensación pactada entre ambos, esta suele ser a través de un conjunto de plataformas digitales y aplicaciones móviles. Un ejemplo de esto serían plataformas como Ebay que permiten vender bienes (por ejemplo, ropa vintage, usada, nueva e incluso artículos de ropa de celebridades) directamente a otros consumidores. Según las calificaciones de Nielsen, el sitio de ropa de eBay tiene más visitantes que el de Victoria's Secret. (Lee, 2007)

En el marco de la economía colaborativa, se llevan a cabo intercambios comerciales entre individuos para aprovechar recursos subutilizados a cambio de beneficios. Por lo tanto, los jóvenes, en vez de tirar sus prendas más antiguas, utilizan la ropa como un recurso que comúnmente almacenado en los hogares, se comparte a través de prácticas como el alquiler, la venta, el intercambio o el préstamo, convirtiéndose en una costumbre que permite a los participantes de este modelo empresarial ahorrar recursos, preservar el medio ambiente y evitar el sobreconsumo.

2.2.2. El reciclaje y la donación de ropa

Por otro lado, la conciencia ambiental entre los jóvenes ha llevado a una creciente tendencia de donar o reciclar la ropa que ya no utilizan (Morgan & Birtwistle, 2009). El reciclar incluye convertir textiles para diferentes propósitos. Según datos recientes, los centennials consideran la sostenibilidad como un factor importante al tomar decisiones de consumo, incluyendo la gestión de su guardarropa(Deloitte, 2021). Actualmente, los jóvenes están dispuestos a donar su ropa en lugar de desecharla, contribuyendo así a reducir el impacto ambiental de la industria textil. Además, la popularidad de iniciativas de intercambio de ropa y eventos de reciclaje demuestra el compromiso de los jóvenes con la reutilización y la

reducción de residuos en el sector de la moda, reflejando una mentalidad proactiva hacia la sostenibilidad. Teniendo en cuenta esto, cabe destacar que los centennials por mucha conciencia ambiental que tengan son la generación que más ropa consume y particularmente que más fast-fashion consume, contribuyendo a la huella de carbono (McKinsey, 2023).

Entre los estudios que muestran que los centennials están concienciados en dar una segunda vida a su ropa está el estudio realizado por Bianchi en 2007 entre jóvenes a través de una encuesta de estilo de vida. Este estudio se fundamenta en una investigación cuali-cuantitativa, abordando tanto aspectos cualitativos como cuantitativos para comprender a fondo las percepciones y comportamientos de hombres y mujeres de 20 a 35 años. En relación con las acciones sociales, los resultados revelaron que la donación y colaboración con Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) es una práctica común. En particular, se destacó que un porcentaje significativo de los grupos de Consumidores Responsables que son en su gran mayoría jóvenes de la generación Z, exactamente un 51,33 % opta por donar o reciclar la ropa no utilizada. Estos hallazgos subrayan la relevancia de la sostenibilidad en la gestión de la ropa en comparación con otros productos, delineando patrones específicos de comportamiento social y ambientalmente consciente en este grupo demográfico.

Asimismo, Koch y Domina (1999) realizaron un estudio entre jóvenes y descubrieron que la donación a organizaciones sin fines de lucro y pasar la ropa a familiares y amigos son opciones comunes para desechar ropa.

2.2. Motivación de estas prácticas

Los centennials, conscientes de los impactos ambientales derivados de la producción y consumo desmedidos, han comenzado a centrarse más en aspectos ecológicos durante sus procesos de compra y adoptar conductas a favor del medio ambiente. Aquellas personas con mayores inquietudes ambientales no solo se preocupan por la obtención y uso de productos, sino también por el proceso de eliminación. Diversos estudios han establecido conexiones entre actitudes ambientales y prácticas de eliminación más respetuosas con el entorno, como la donación y el regalo. Por ende, una de las motivaciones fundamentales que impacta el

comportamiento de reciclaje social es el deseo de preservar el medio ambiente (Bain & Company, 2023).

Por otro lado, la venta de bienes usados por beneficios económicos es bien comprendida (Britten, 2008). Estudios han encontrado que incentivos monetarios o recompensas promueven comportamientos proambientales como reciclaje y reutilización. Por ejemplo, Bailey (1982) una economista americana descubrió que cualquier tipo de incentivo, especialmente los monetarios, aumentaba el comportamiento de reciclaje del consumidor. Las prendas no deseadas pueden venderse directamente a otros consumidores a través de tiendas de consignación/vintage o en línea para generar ingresos

Asimismo, la participación en programas de reciclaje está vinculada a la facilidad de uso y la disponibilidad, según han indicado varios investigadores. En un estudio realizado por Derksen y Gartrel (1996) se observó que las comunidades que tenían acceso a programas de reciclaje mostraban niveles más altos de participación en comparación con aquellas sin acceso. En este estudio se realizó un sondeo nacional a coordinadores de reciclaje reveló que las comunidades con servicios de recolección en la acera para residuos reciclables presentaban una tasa de participación un 24% mayor que aquellas con puntos de entrega. La facilidad de acceso a los programas de reciclaje incrementó de manera significativa la participación en el reciclaje de ropa, ya que los consumidores percibían que la comodidad reducía el tiempo dedicado al proceso de reciclaje.

Igualmente, Koch y Domina (2002) encontraron que la no conveniencia y no la familiaridad con el proceso de reciclaje fueron las razones por las cuales los consumidores elegían tirar la ropa a la basura. También informaron que los consumidores no participaban en el reciclaje de desechos textiles porque los programas de reciclaje actuales no incluían textiles, y a la hora de deshacerse de una prenda, estos consumidores preferían evitar complicaciones.

Por otro lado, varios estudios han respaldado la importancia de la influencia social para prever el comportamiento de reciclaje. Por ejemplo, Aoki (2005) investigó los impactos de las normas sociales en el comportamiento de reciclaje, señalando que estas normas

desempeñan un papel crucial al orientar las prácticas de reciclaje. Las actitudes proambientales, que se forman a través de las creencias y valores de los individuos en relación con las interacciones humanas con el medio ambiente, las consecuencias y la responsabilidad de la acción correctiva, son influenciadas por las normas. Esto sugiere que los jóvenes pueden estar más inclinados a reciclar ropa debido a la influencia positiva de las normas sociales que abogan por el comportamiento ecológico, y la percepción de que estas acciones están alineadas con valores ambientales compartidos.

3. MÉTODO

3.1. Grounded Theory

Como ya hemos explicado anteriormente el problema de la basura textil es significativo y creciente a nivel global, con un impacto considerable en la sostenibilidad ambiental. La industria de la moda es uno de los principales contribuyentes a la contaminación y el desperdicio mundial, generando cerca de 92 millones de toneladas de residuos textiles cada año (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Esta preocupante cifra destaca la brevedad del ciclo de vida de las prendas de vestir, donde, en promedio, cada artículo se utiliza solo siete veces antes de ser desechado (Global Fashion Agenda, 2020).

Para investigar las prácticas de disposición de residuos textiles y la percepción del valor de las prendas, vamos a emplear el método de Grounded Theory (GT). Este enfoque es ideal para desarrollar una comprensión profunda de los comportamientos y las interacciones de la generación Z relacionadas con la disposición de prendas. Grounded Theory permite al investigador construir teorías a partir de los datos, enfocándose en la generación de conocimientos basados en las experiencias reales de los participantes (Strauss & Corbin, 1990). GT es adecuada para reconstruir procesos sociales porque permite generar teorías emergentes directamente desde los datos. Este método se centra en el análisis sistemático de entrevistas y otras fuentes cualitativas, facilitando la identificación de patrones y relaciones subyacentes. Al estudiar el proceso por el que un bien se convierte en residuo, GT es adecuada para nuestra pregunta de investigación. Las entrevistas, junto con datos de observaciones y documentos, forman la base para desarrollar conceptualizaciones robustas y contextuales. Estas técnicas de recolección son fundamentales para capturar las actitudes y comportamientos hacia la disposición de prendas de vestir, permitiendo a los investigadores obtener una visión detallada de las prácticas de los consumidores y cómo estos conceptualizan el valor de lo que descartan.

La teoría que emerge no solo se basa en los datos, sino que también ofrece una explicación coherente y aplicable a las prácticas observadas. Esta metodología es especialmente útil para explicar la dinámica entre percepciones individuales y prácticas de disposición, permitiendo a los investigadores proponer intervenciones más efectivas para fomentar prácticas sostenibles en la industria de la moda (Strauss & Corbin, 1997).

3.2. Muestra

Para la selección de los participantes en esta investigación, se utilizó un muestreo intencional, conforme a la metodología de la Grounded Theory (Glaser & Strauss, 1967). Se consideraron variables específicas que reflejan diferentes tipos de personas: interés por la moda (alto y bajo), conciencia medioambiental (alta y baja), género (hombres y mujeres), y carrera que estudian. Estas variables, extraídas de la literatura previa, guían la selección de participantes. Utilicé mi juicio como entrevistador para elegir a los entrevistados y asegurarme de tener una muestra útil en términos de género, conciencia medioambiental e interés por la moda, siguiendo las recomendaciones de Strauss y Corbin (1997). Evalué el interés por la moda preguntando directamente o identificándolo a través de su carrera relacionada. La conciencia medioambiental se determinó preguntando a los participantes sobre su preocupación por el medio ambiente y también por sus respuestas en la entrevista, si mostraban su interés por dar segundos usos a la ropa y reciclarla y no tirarla, se les calificaba como que tenían alta conciencia por el medioambiente. La muestra consistió en 9 personas centennial, seleccionadas mediante un muestreo de conveniencia dentro de mi red personal. Los participantes fueron clasificados según género, conciencia medioambiental e interés por la moda. A cada uno de ellos les realicé una entrevista, pero cabe decir que con más de uno me senté más de una vez o si al releer la entrevista me daba cuenta que me faltaba información les hacía alguna pregunta más telemáticamente. De los 9 entrevistados, 3 eran hombres y 6 mujeres, con edades entre 19 y 25 años, y una variedad de carreras estudiadas, desde ingeniería hasta moda y económicas. Esta estrategia se eligió para maximizar la diversidad de la muestra y obtener una visión amplia de los hábitos de disposición de ropa entre jóvenes de diferentes contextos.

Aunque los resultados no son generalizables a toda la generación Z en España, el muestreo intencional es adecuado para obtener una visión profunda del fenómeno analizado, como se pretende en este estudio. El hecho de que los participantes fueran seleccionados de mi red personal y todos fueran españoles limita la representatividad de los resultados. Sin embargo, este enfoque permite identificar patrones y comportamientos relevantes dentro del grupo estudiado, ofreciendo una comprensión detallada de las motivaciones y prácticas relacionadas con la disposición de prendas de ropa (Francis et al., 2010).

Alcancé la saturación teórica en la entrevista número 9, donde ya no emergieron nuevos conceptos relevantes, y las respuestas se empezaron a volver repetitivas. La transcripción y los audios de las entrevistas pueden verse en esta carpeta de one drive: [entrevistas tfg](#)

https://upcomillas-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/201910379_alu_comillas_edu/Evx82GLpR_xFslmHnomxE8B4xDGRhA0wtZTMrv7mpYzIQ?e=EvOD9m

Tabla 1. Perfil de los entrevistados.

NOMBRE	EDAD	GÉNERO	CARRERA/TRABAJO	CONCIENCIA MEDIOAMBIENTAL	INTERÉS POR LA INDUSTRIA TEXTIL/MODA
BEATRIZ	22	FEMENINO	DERECHO Y ADE	ALTA	ALTO
CARMELA	23	FEMENINO	DERECHO	BAJO	MEDIO/ALTO
CARMEN	21	FEMENINO	ADE Y RELACIONES INTERNACIONALES	BAJO	MEDIO/ALTO
JAIME	25	MASCULINO	PROPIA MARCA DE ROPA	ALTO	ALTO (MARCA DE ROPA PROPIA)
PEDRO	19	MASCULINO	INGENIERIA	BAJO	BAJO
PALOMA	22	FEMENINO	MODA	ALTO	ALTO
ANA	24	FEMENINO	SE DEDICA A LAS REDES SOCIALES	ALTO	ALTO
JAVIER	20	MASCULINO	ECONOMÍA	BAJA	MEDIO
MARTA	22	FEMENINO	DERECHO Y ADE	MEDIO	MEDIO/ALTO

3.3. Recogida de datos

El guion fue diseñado en base a los temas cruciales para esclarecer el proyecto de investigación y se organizó de manera que se fomentara un ambiente de confianza inicialmente, facilitando así la obtención de respuestas a preguntas más delicadas. Las entrevistas tenían un enfoque conversacional (Strauss, 1990) por lo que no se siguió enteramente el guion en todas ellas, sino que se adaptó a la narrativa del participante.

Al inicio de la entrevista, se garantizó a los participantes que su información personal permanecería confidencial y que las entrevistas serían anónimas. También se solicitó su consentimiento para ser grabados.

El guion se dividió en tres partes. En la primera parte se hicieron preguntas generales s dedicadas a que los entrevistados se presentasen y a catalogarlos entre las diferentes categorías de la tabla 1. Posteriormente, me adentré en temas más específicos, como las razones emocionales o prácticas que llevan a considerar que una prenda pasa a ser un residuo para dicha persona y se deshace de ella. Esto se hizo para construir una relación de confianza y facilitar una discusión más abierta y detallada sobre temas potencialmente sensibles. Este enfoque gradual es crucial para la teoría fundamentada, ya que permite que los temas emergentes guíen el desarrollo de la teoría a partir de los datos recogidos (Charmaz, 2014).

En la última parte del guion, las preguntas se enfocaron en cómo los individuos se deshacen de sus prendas. Se examinaron métodos como la donación, venta, reciclaje o desecho directo, ayudando a discernir niveles de conciencia sobre sostenibilidad entre los participantes. Este enfoque facilita comprender mejor las prácticas de disposición y promover cambios hacia un consumo más responsable (Glaser & Strauss, 1967).

Durante las entrevistas, utilicé una foto de una camisa rota para explorar las percepciones y acciones de los participantes en relación con la prenda. Les pregunté qué harían si tuvieran una camisa en ese estado. Esta técnica permitió evaluar su conciencia medioambiental y su interés por la moda de manera práctica y contextual. A través de sus respuestas, pude identificar sus niveles de preocupación ecológica y su disposición a reciclar, reparar o desechar la prenda. La técnica de usar una foto como apoyo visual, ayudó a obtener *insights* profundos sobre sus comportamientos y valores relacionados con la moda y la sostenibilidad.

3.4. Análisis de datos

En el análisis de datos utilizando la teoría fundamentada, se aplicó inicialmente la codificación abierta para codificar las entrevistas realizadas. Esta fase permitió identificar y categorizar conceptos emergentes. Según Strauss y Corbin (1998), la codificación abierta fragmenta los datos para identificar categorías clave. En esta primera fase, se emplearon los siguientes códigos: manchado, roto, fuera de moda, cambio de vida, cambio de hábito, tirar a la basura, contenedor ropa usada, vender online, dárselo a amigos, valor sentimental, herencia... Estas categorías clave proporcionaron una estructura inicial para organizar los datos y explicar cómo una prenda se convierte en un residuo. Estas nuevas categorías reflejan

aspectos tangibles y específicos que influyen en la decisión de desechar una prenda, asegurando una codificación más precisa y relevante para el análisis del ciclo de vida de las prendas y su impacto medioambiental.

Posteriormente, se llevó a cabo la codificación axial para explorar las relaciones entre las categorías identificadas. Este proceso permite conectar categorías y subcategorías en torno a un eje central. Dicho eje, es la calificación de una prenda como residuo, y los códigos se interrelacionan de la siguiente manera; si una prenda está muy manchada y rota, se suele tirar a la basura. Por otro lado, si tiene un valor sentimental se suele conservar.

Finalmente, se realizó el *pattern-matching* o comparación constante entre informantes (Glaser & Strauss, 1967), comparando sistemáticamente los datos de diferentes entrevistas para refinar las categorías y subcategorías. Este enfoque detallado y sistemático es esencial en la teoría fundamentada para desarrollar una comprensión profunda y matizada de los datos recogidos, asegurando que el lector comprenda claramente el proceso de codificación y análisis (Strauss & Corbin, 1998).

Se observó que factores como el desgaste y la rotura de las prendas se relacionan directamente con la decisión de tirarlas a la basura. Por otro lado, cambios en hábitos, tendencias de moda o circunstancias de vida llevaron a las personas a donar ropa, regalarla a amigos o venderla en plataformas como Vinted. Además, el valor sentimental, las prendas heredadas o con objetivos específicos suelen motivar a las personas a conservarlas en lugar de desecharlas.

En este punto, se volvió a la literatura para comparar las categorías emergentes y las relaciones entre ellas con otros estudios. En los Resultados se hará referencia a estos estudios como forma de aumentar la credibilidad del análisis.

4. RESULTADOS

En primer lugar, a raíz de mis entrevistas he reconocido el concepto de "residuo absoluto" que se refiere a aquellas prendas que una persona ya no considera útiles bajo ninguna circunstancia. Estas prendas han llegado a un punto en el que ni siquiera pueden ser reutilizadas para actividades domésticas, como pijamas o trapos, ni transformadas en otros objetos útiles a través de manualidades o bricolaje. El estado de estas prendas es tal que no cumplen ningún propósito práctico, emocional ni creativo, lo que lleva a su disposición final en la basura. Este concepto destaca el extremo final del ciclo de vida de una prenda, donde su degradación y falta de funcionalidad impiden cualquier forma de reaprovechamiento o reciclaje. Esto normalmente se debe al estado de la prenda, debido a que esta muy manchada o destrozada. Por ejemplo, en las entrevistas, varios participantes mencionaron que las prendas completamente rotas o manchadas de manera irreparable se convierten en "residuo absoluto" y son finalmente desechadas.

“si llega a estar muy muy muy vieja ya la tiro porque no puedo ni seguir poniéndomela ni se la voy a dar a alguien estando tan vieja “ (Pedro)

Esta cita de Pedro encapsula el concepto de "residuo absoluto". Aquí, la prenda ha alcanzado un nivel de deterioro tan extremo que no tiene valor práctico ni emocional. No se puede usar ni en contextos informales, y tampoco es apta para ser donada. Esto refleja que la prenda ha agotado todas sus posibilidades de reutilización y reciclaje, convirtiéndose en basura inevitable. La disposición final de la prenda es tirarla, ya que mantenerla carece de sentido.

Entrevistador. ¿Has considerado darle un segundo uso a la ropa manchada o rota?

Entrevistado. No, generalmente la tiro o la doy a mi madre para que la lleve a contenedores de donaciones. (Javier)

La cita refleja cómo Javier maneja las prendas que considera "residuo absoluto". Cuando Javier percibe que una prenda ha perdido toda su utilidad, su primera reacción es tirarla a la basura. Sin embargo, su madre tiene una mayor conciencia ambiental y prefiere llevar estas prendas a contenedores de donaciones especiales. Esto muestra un contraste en las actitudes hacia la gestión de residuos textiles, donde la madre busca minimizar el impacto ambiental a través de la correcta disposición de la ropa desechada. Esto nos hace replantearnos lo explicado en la literatura anterior, ya que puede ser que los centennials no tengan tan arraigado el tema de no crear basura textil.

Asimismo, cabe destacar que Algunas personas, incluso al considerar una prenda como "residuo absoluto", optan por donarla en lugar de tirarla, motivadas por una conciencia social. Esta práctica puede ser problemática, ya que donar ropa en malas condiciones puede trasladar la carga de gestionar residuos a los menos privilegiados, evocando la desigualdad del siglo XIX, cuando los pobres vestían con harapos mientras otros usaban ropa de calidad (Crewe, 2017). Aunque bien intencionada, esta acción no siempre respeta la dignidad de los receptores ni soluciona efectivamente el problema de los residuos textiles.

“Si la mancha es muy grande y no puedo usarla para nada, ni arreglarla, la doy a alguna fundación u organización que la pueda aprovechar” (Ana)

La cita de Ana, refleja una actitud de reutilización incluso para prendas que podrían considerarse "residuo absoluto". A pesar de su inutilidad personal, Ana prefiere donar estas prendas, esperando que puedan ser útiles para otros o recicladas adecuadamente. Esta práctica, aunque bien intencionada, plantea cuestiones sobre la calidad de las donaciones y la dignidad de los receptores, resaltando la necesidad de evaluar el estado de las prendas antes de donarlas.

En segundo, lugar me gustaría explicar el proceso de considerar que una prenda ya no tiene valor personal, pero que puede ser útil para otros esto puede venir reflejado por cambios en el estilo de vida, hábitos o tendencias de moda. Por ejemplo, una prenda puede perder su valor debido a un cambio de trabajo que requiere un código de vestimenta diferente, un cambio en las preferencias personales, o simplemente porque ya no está de moda. Esta percepción subraya la subjetividad en la valoración de la ropa; lo que una persona ve como obsoleto puede ser una adición valiosa al guardarropa de otra. Este enfoque no solo promueve la sostenibilidad al extender la vida útil de las prendas, sino que también permite que otros se beneficien de artículos que aún son funcionales y estéticamente agradables.

Como ejemplo de cambio en el estilo de vida puedo nombrar a Ana

“obviamente depende de la prenda de ropa pero por lo general porque al final no va con mi estilo y también porque bueno como he comentado antes he empezado a trabajar hace poco y es que la ropa que me dan a veces es más informal y que igual en mi día a día pues no me puedo poner y si sé que una amiga mía pues le va a dar más uso se la doy” (Ana)

Al preguntarle a Ana por qué daba ropa a sus amigas, ella explicó que, aunque la prenda ya no encaja con su estilo debido a su reciente cambio de vida de estudiante a trabajadora, sus amigas podrían darle

un mejor uso. Esto refleja cómo un cambio en las circunstancias personales, como comenzar un nuevo trabajo con un código de vestimenta más formal, puede convertir una prenda útil en algo obsoleto para uno mismo. Sin embargo, al donarla a alguien cuyo estilo de vida todavía se alinea con esa ropa, se maximiza su utilidad y se promueve la sostenibilidad.

Asimismo, el dejar de usar una prenda de ropa por cambio de hábitos lo vemos reflejado en la entrevista de Marta. Al preguntarle por qué decidió dar esa prenda, explicó que dicha prenda era una falda que usaba para jugar al tenis, y que ya no tenía uso para ella desde que se centró en sus estudios y en terminar la carrera. Este cambio en su estilo de vida, dejando de hacer deporte regularmente, hizo que la falda quedara en desuso.

era una falda que me solía poner para jugar al tenis pero ahora desde que estoy más centrada en los estudios y en terminar la carrera es cierto que no la uso (Marta)

En lugar de guardarla sin propósito, decidió dársela a la chica que trabaja en su casa que podría aprovecharla mejor, lo que refleja cómo los cambios en las prioridades personales pueden convertir una prenda útil en algo prescindible para uno mismo, mientras sigue siendo valiosa para otros.

Por último, una prenda de ropa puede considerarse sin valor para una persona cuando ha pasado de moda y ya no sigue las tendencias actuales. Esto ocurre cuando las preferencias de estilo cambian, y lo que antes era popular y frecuentemente usado, ahora se percibe como obsoleto. Al no alinearse con las modas actuales, la prenda pierde su atractivo y utilidad para quien la posee, a pesar de que aún puede estar en buen estado.

Decidí venderla porque ya no me quedaba bien y además sentí que había pasado de moda. No me gustaba ya como antes y preferí darle la oportunidad a alguien más de disfrutarla.” (Paloma)

Cuando se le preguntó a Paloma por qué ya no usaba cierta prenda, respondió: "Bueno, pues al final es como que estamos rodeados de tendencias y hay épocas en las que se llevan más unos estampados, un tipo de prendas y, pues en ese momento, ese tipo de pantalón pitillo me apasionaba y ahora la verdad que es que no me veo con ellos puestos". Esta respuesta muestra cómo una prenda puede perder su valor para una persona simplemente porque ya no está de moda. Lo que antes era un elemento clave de su vestuario ahora se siente desfasado y fuera de lugar en su estilo actual. Debido a esta percepción, Paloma decidió vender los pantalones en Vinted, permitiendo que alguien más los use.

Con respecto a esta acción nos podría surgir la pregunta de porque si ya una prenda no está en tendencia, va a conseguir venderla en una plataforma. A esto Paloma nos respondió que no todo el mundo se guía por las modas y que son más originales a la hora de vestir y se siguen poniendo ropa que a ojos de las tendencias estarían desfasadas.

Podemos por lo tanto afirmar que la disposición de la ropa depende significativamente del valor percibido que cada persona le otorga. Cuando una prenda es considerada un "residuo absoluto" debido a su estado muy deteriorado, manchado o roto, la mayoría de las personas optan por tirarla a la basura. Esta percepción se basa en su incapacidad para cumplir cualquier función práctica o estética, justificando así su eliminación.

En contraste, si una prenda sigue teniendo valor, aunque no para el propietario actual, debido a cambios en su vida, hábitos o tendencias, se busca darle un segundo uso. Por lo tanto, la prenda puede pasar a ser vendida a través de plataformas como Vinted, donada a organizaciones benéficas, o dada a amigos. Por ejemplo, los cambios en el estilo de vida, como comenzar un nuevo trabajo, pueden hacer que la ropa anterior se vuelva obsoleta, pero aún útil para otros. La moda rápida y las tendencias cambiantes también influyen, ya que las prendas que ya no están de moda para una persona pueden ser deseables para otra, o simplemente dejan de tener valor temporal pero luego se ponen otra vez de moda y retoman valor (Kim et al., 2023).

Sí, porque pienso que igual en un futuro me lo puedo poner. Me ha pasado alguna vez de comprarme una prenda 1 año y a los 2 años verla y de repente ponérmela. Me pasó con una falda larga que me compre hace años, no me la ponía y de repente el año pasado que se pusieron de moda no paré de ponérmela. (Carmela)

Por otro lado, es importante explicar que algunas prendas, aunque ya no se usen, no se tiran debido a su valor intrínseco o sentimental. Este valor puede derivarse de recuerdos personales, metas futuras o conexiones emocionales con seres queridos.

En primer lugar, la decisión de no tirar una prenda de ropa, incluso si ya no se usa, puede estar profundamente influenciada por su valor sentimental. Un ejemplo claro es conservar una camiseta de fútbol con la que se ganó un partido importante. Este tipo de prenda no solo evoca recuerdos de logros personales, sino que también representa momentos significativos de la vida. Estos objetos se convierten en recuerdos tangibles que las personas desean mantener. Esto lo hemos visto reflejado en las entrevistas de Jaime y de Pedro.

las sudaderas de la primera colección que saqué que alguna me quedé yo para uso personal, no las quiero dar y tampoco las quiero tirar obviamente entonces me las quedo como recuerdo (Jaime)

Como ya he explicado, la decisión de conservar una prenda de ropa puede estar fuertemente influenciada por el valor sentimental que se le atribuye. En el caso de Jaime, conserva sudaderas de la primera colección de su marca personal porque representan un logro significativo y una etapa importante en su vida profesional. Estas prendas no solo son objetos físicos, sino también recuerdos tangibles de su esfuerzo y éxito, lo que las convierte en piezas irremplazables en su guardarropa. Este tipo de valor sentimental hace que prefiera mantener estas sudaderas como recuerdos, en lugar de darlas o tirarlas.

Sí, por ejemplo alguna camiseta de fútbol que me compré del Real Madrid de cuando era pequeño y me queda pequeña pero no la voy a tirar y mis zapatillas de jugar al fútbol de pequeño, mis tacos que no pienso darlos (...) porque a mí me encanta el fútbol soy súper madridista y los tacos porque juego al fútbol toda la vida y me gusta guardarlos como recuerdo (Pedro)

La decisión de conservar unos tacos y una camiseta de fútbol, a pesar de que ya no le quedan, refleja el profundo valor sentimental que estas prendas tienen para alguien apasionado por el fútbol y seguidor del Real Madrid. Estos objetos no solo simbolizan una vida entera de dedicación y amor por el deporte, sino también su identidad como madridista. Mantener estas prendas permite que los recuerdos de su infancia y su trayectoria en el fútbol se mantengan vivos, sirviendo como recordatorio constante de sus experiencias y logros personales en el deporte.

Además del valor sentimental, la teoría del *extended self* de Belk (1988) explica cómo las prendas heredadas de familiares pueden convertirse en una extensión del "yo". Estas prendas no solo son vistas como objetos físicos, sino como portadoras de la identidad y la memoria del ser querido. Por ejemplo, el vestido que heredó Marta de su abuela que dice que le recuerda a ella por lo que no lo tira ya que representa una conexión emocional y una continuación del legado familiar.

lo heredé de mi abuela hace dos o 3 años, que es un vestido que tiene desde su juventud y es un vestido muy especial que no encuentras en ningún otro lugar y además me recuerda a ella (Marta)

Marta decide conservar un vestido heredado de su abuela porque le recuerda a ella y tiene un valor sentimental único. Este vestido, que su abuela tenía desde su juventud, no solo es especial por su rareza, sino porque simboliza una parte significativa de la vida de su abuela. Según la teoría del

"extended self" de Belk, los objetos pueden ser una extensión de la identidad de sus propietarios. En este caso, el vestido representa una extensión de la identidad y la memoria de su abuela, integrando su historia y presencia en la vida de Marta. Por ello, Marta no considera tirar el vestido, ya que mantenerlo es una forma de honrar y preservar la memoria de su abuela.

Los objetivos personales también juegan un papel crucial en el tema de conservar la ropa. Muchas personas guardan ropa que ya no les queda, como unos jeans que esperan volver a usar algún día al alcanzar su peso ideal. Estas prendas actúan como una motivación constante y un recordatorio de las metas personales. Mantener estas prendas es una forma de visualizar y trabajar hacia esas aspiraciones.

cuando decido quedarme algo que espero poder usarlo nuevamente cuando alcance una meta personal. Por ejemplo, tengo un par de vaqueros que me encantan pero que actualmente no me entran. No quiero deshacerme de ellos porque me he propuesto volver a mi peso ideal, y esos vaqueros son mi motivación para alcanzar ese objetivo. (Carmen)

Carmen mantiene un par de vaqueros que le encantan pero que actualmente no le quedan, como una forma de motivación para alcanzar su peso ideal. Aunque no los usa en el presente, estos vaqueros tienen un valor intrínseco porque simbolizan una meta personal importante. Esta acción de conservar la prenda le proporciona una motivación constante, dándole un propósito más allá de su función original y reforzando su determinación para alcanzar su objetivo.

Por último, me gustaría destacar otra categoría dentro de la identificación de prendas como residuos que es la reutilización de ropa que ya no tiene suficiente valor para usarse en público, pero que sigue siendo útil en otros contextos. Estas prendas se utilizan para dormir, hacer deporte, o se transforman en trapos o manualidades. Por ejemplo, una camiseta desgastada puede ser perfecta para dormir o para hacer ejercicio en casa, donde la apariencia no es tan importante. Además, prendas que ya no se usan se pueden convertir en trapos de limpieza o utilizarse en proyectos de bricolaje. Esta práctica maximiza el uso de la ropa, reduciendo el desperdicio y promoviendo una mentalidad de reutilización creativa y sostenible. Para ejemplificar esto vemos a Carmela que se le pregunto si se quedaría con una prenda ropa o manchada para darle otro uso.

Sí, para dormir y para hacer deporte en mi casa sí. Sí si solo lo voy a ver yo y mi familia sí, pero si la voy a llevar de cara al público posiblemente no (Carmela)

Carmela explica que usa prendas que ya no son adecuadas para llevar en público en contextos más privados, como dormir o hacer deporte en casa. Aunque estas prendas han perdido su valor estético para situaciones sociales, siguen siendo útiles y funcionales de puertas para adentro. Este enfoque maximiza su utilidad y permite que sigan siendo aprovechadas en un entorno donde la apariencia no es tan importante. Así, se evita el desperdicio y se promueve una mentalidad de reutilización. Así concluimos que los residuos son contextuales: su valor o ausencia de valor depende del contexto.

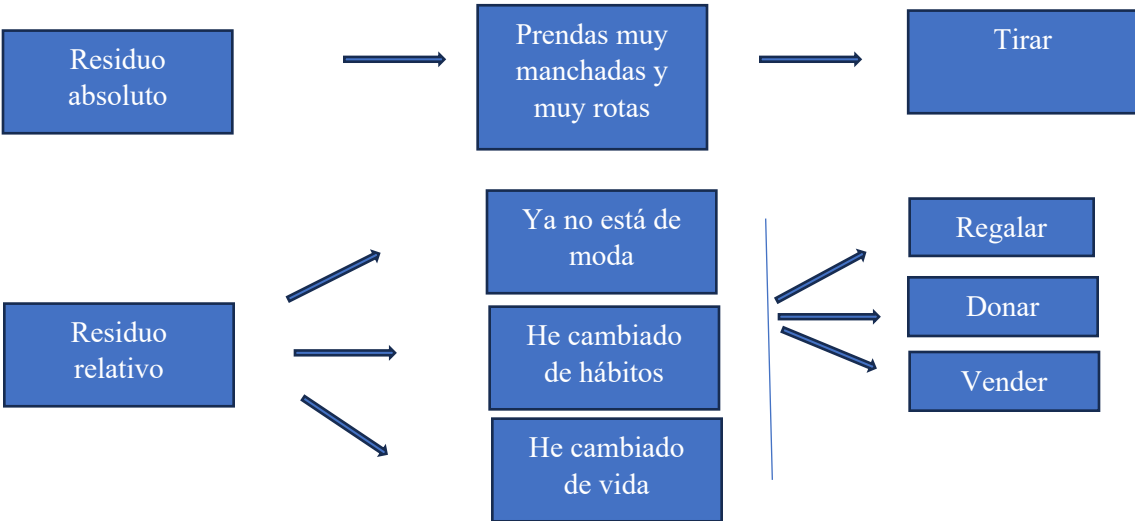
Otro ejemplo, en el cual un entrevistado da un uso distinto a una prenda para no tirarla aunque ya no tenga valor para usarla de cara al público sería Beatriz.

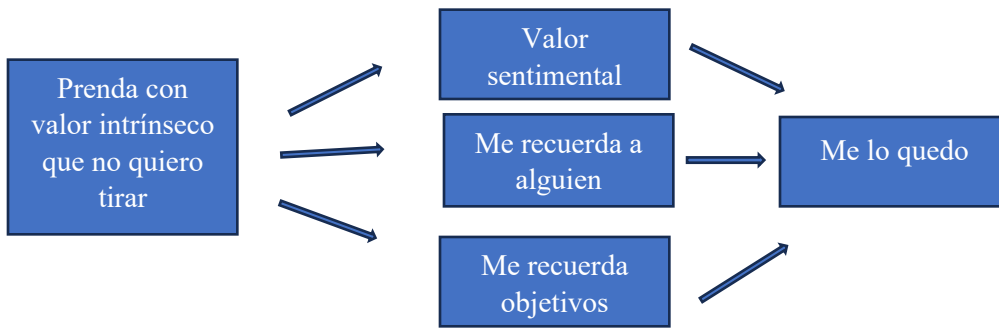
podías hacer cintas para el pelo con la tela, también me he hecho neceseres con las telas o pequeños monederos de y también pues trapos y paños para cualquier cosa. (Beatriz)

Beatriz reutiliza prendas que ya no tienen casi valor transformándolas en otros objetos útiles. Ella menciona que con la tela de estas prendas hace cintas para el pelo, neceseres, pequeños monederos, y trapos o paños para cualquier uso. Este enfoque no solo le permite maximizar la utilidad de las prendas desgastadas o inutilizables, sino que también fomenta la creatividad y la sostenibilidad al darle una segunda vida a materiales que de otro modo serían desechados.

Podemos concluir que las prácticas usadas por Beatriz y Carmela reflejan una mentalidad desaprovechamiento total y reducción de desperdicios, reutilizando los recursos disponibles de manera práctica o creativa.

Figura 1. Resumen





5. CONCLUSIONES

El estudio sobre la disposición de la ropa entre los centennials ha revelado una variedad de comportamientos y motivaciones que guían cómo y cuándo esta generación se deshace de sus prendas. Los objetivos del estudio se centraron en identificar los factores que llevan a los centennials a deshacerse de una prenda, analizar sus prácticas de disposición de ropa y comprender las motivaciones detrás de estas prácticas. A través de entrevistas y análisis de casos, se ha logrado una comprensión más profunda de estos aspectos, proporcionando una visión integral de la percepción y gestión de la ropa como residuo en esta generación.

El primer objetivo del estudio era identificar los factores que llevan a los centennials a deshacerse de una prenda. Este objetivo se ha cumplido al reconocer distintos conceptos, entre ellos encontramos el concepto de "residuo absoluto". Este término se refiere a aquellas prendas que los individuos ya no consideran útiles bajo ninguna circunstancia. Estas prendas están tan deterioradas, manchadas o rotas que no pueden reutilizarse ni transformarse en otros objetos útiles. El estado de estas prendas es tal que no cumplen ningún propósito práctico, emocional ni creativo, lo que lleva a su disposición final en la basura. Este hallazgo subraya la importancia del estado físico de la prenda como un factor crítico para determinar su valor.

Las entrevistas mostraron que cuando una prenda alcanza este nivel de deterioro extremo, los centennials generalmente optan por tirarla. Sin embargo, algunas excepciones indican que ciertas personas prefieren donar estas prendas, motivadas por una conciencia social, aunque esta práctica puede trasladar la carga de gestionar residuos a los menos privilegiados. Esta dualidad en la disposición de prendas extremadamente deterioradas sugiere una necesidad de mayor educación sobre prácticas de donación responsables.

En contraste con el concepto de "residuo absoluto" que ya se ha explicado, está el "residuo relativo", que se refiere a una prenda que ha perdido su valor para su propietario actual pero puede ser valiosa para otra persona. Este fenómeno se da por diversos motivos, como cambios en el estilo de vida, preferencias personales o tendencias de moda. Así, una prenda que ya no se ajusta al gusto o las necesidades de alguien, aún puede ser apreciada y utilizada por otra persona.

Además, muchas veces las prendas, aunque sean pequeñas o desgastadas, no se desechan debido a su valor sentimental o simbólico. Algunas piezas se guardan porque recuerdan a seres queridos, logros personales o momentos significativos en la vida del propietario. Otras prendas se conservan porque sirven como motivación para alcanzar objetivos personales, como volver a un peso ideal.

Esta perspectiva destaca cómo los centennials perciben la ropa como residuo basado en percepciones individuales, y que el residuo es un fenómeno fenomenológico, dependiente de la subjetividad y las experiencias personales de cada individuo.

El segundo objetivo del estudio era analizar las prácticas de disposición de ropa entre los centennials. Este objetivo también se ha cumplido al identificar varias prácticas comunes entre esta generación. Además de tirar las prendas que consideran "residuo absoluto", muchas personas optan por donar, vender o reutilizar las prendas que aún tienen algún valor. La donación a organizaciones benéficas es una práctica común, especialmente cuando las prendas todavía están en condiciones utilizables. Esta práctica no solo promueve la sostenibilidad, sino que también ayuda a aquellos en necesidad.

Otro método popular es la venta de ropa a través de plataformas en línea como Vinted. Este enfoque permite que las prendas que ya no son deseadas por su propietario original encuentren un nuevo hogar y extiendan su vida útil. La moda rápida y las tendencias cambiantes influyen significativamente en esta práctica, ya que las prendas que ya no están de moda para una persona pueden ser deseables para otra. La reutilización de ropa en contextos privados, como usar prendas desgastadas para dormir o hacer ejercicio en casa, también es común. Esta práctica maximiza la utilidad de la ropa y reduce el desperdicio, fomentando una mentalidad de reutilización creativa y sostenible.

El tercer objetivo del estudio era comprender las motivaciones detrás de las prácticas de disposición de ropa entre los centennials. Este objetivo se ha abordado al identificar una variedad de motivaciones económicas, sociales, medioambientales y emocionales.

Los cambios en el estilo de vida y las preferencias personales juegan un papel crucial. Por ejemplo, un cambio de trabajo que requiere un código de vestimenta diferente puede hacer que la ropa anterior se vuelva obsoleta, aunque todavía útil para otros. La moda y las tendencias también influyen, ya que las prendas que pasan de moda pueden perder su valor para una persona, pero ser valiosas para otra.

El valor sentimental de las prendas es otra motivación significativa. Muchas personas conservan ropa que tiene un valor emocional, como recuerdos de logros personales o conexiones con seres queridos. La teoría del "extended self" de Belk (1988) explica cómo las prendas heredadas pueden convertirse en una extensión de la identidad y la memoria del ser querido. Este valor intrínseco y emocional hace que estas prendas no se tiren, independientemente de su estado físico.

Además, los objetivos personales también influyen en la decisión de conservar ciertas prendas. Muchas personas guardan ropa que ya no les queda con la esperanza de poder usarla nuevamente al alcanzar una meta personal, como el peso ideal. Estas prendas actúan como una motivación constante

y un recordatorio de las metas personales, proporcionándoles un propósito más allá de su función original.

El estudio ha demostrado que la disposición de la ropa entre los centennials depende significativamente del valor percibido que cada persona le otorga. Las prendas consideradas "residuo absoluto" debido a su estado muy deteriorado generalmente se tiran a la basura, mientras que aquellas que aún tienen algún valor, aunque no para el propietario actual, se buscan reutilizar a través de la donación, la venta o la reutilización en contextos privados. Los cambios en el estilo de vida, las tendencias de moda, el valor sentimental y los objetivos personales son factores clave que influyen en estas decisiones.

Las prácticas de donación, aunque bien intencionadas, deben ser reevaluadas para asegurar que solo se donen prendas en buenas condiciones, evitando trasladar la carga de gestión de residuos a los receptores. La venta de ropa a través de plataformas en línea destaca la influencia de las tendencias de moda y la economía compartida en la gestión de ropa entre los centennials. La reutilización en contextos privados también refleja una mentalidad de sostenibilidad y aprovechamiento máximo de los recursos disponibles.

Este estudio ha cumplido con los objetivos planteados al proporcionar una comprensión detallada de los factores que llevan a los centennials a deshacerse de una prenda, las prácticas de disposición de ropa y las motivaciones detrás de estas prácticas. Los resultados indican que la percepción individual y el contexto juegan roles cruciales en la gestión de residuos textiles. Al entender estas dinámicas, se pueden desarrollar estrategias más efectivas para abordar los desafíos ambientales relacionados con la basura textil y promover una mentalidad de reutilización y sostenibilidad en las generaciones futuras. Este enfoque multifacético y contextual de la gestión de residuos textiles entre los centennials subraya la importancia de la percepción individual y las prácticas sostenibles, y ofrece un marco valioso para futuras investigaciones y políticas en el ámbito de la sostenibilidad textil.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bain & Company. (2023). *Consumers say their environmental concerns are increasing due to extreme weather; study shows they're willing to change behavior, pay 12% more for sustainable products*. <https://www.bain.com>

Bianchi, C. Grete Birtwistle. (2011, Mayo). "Consumer Clothing Disposal behavior: a comparative study" *International Journal of consumer studies* (p.335-341).

Bianchi, E.C., Carmelé, B., Tubaro, D. y Bruno, J.M. (2013). "Conciencia y acciones de consumo responsable en los jóvenes universitarios". *Escritos Contables y de Administración*, 4 (1), 81-107. <https://revistas.uns.edu.ar/eca/article/view/281/190>

Britten, F. (2008). "Is recycling your old clothes worth it?". The Sunday Times. Recuperado de <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/environment.htm>

Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). Sage.Londres.

Conraud Koellner, E., Larios-Gómez, E. and Arredondo Hidalgo, M.G. (2022) 'Who are the Centennials: Marketing Implications of Social Media Use and Preferences', *Formando jovenes investigadores*, pp. 20–24:

Crewe, L. (2017). *The Geographies of Fashion: Consumption, Space, and Value*. Bloomsbury Publishing.

Derksen. L. & Gartrell. J. (1993) The social context of recycling. *American Sociological Review*. 58. 434 442

Domina. T. & Koch. K. (2002) Convenience and frequency of recycling implications for including textiles in curbside recycling programs. *Environment and Behavior*. 34. 216 238

Elberse, A., & Verleun, J. (2012). The Economic Value of Celebrity Endorsements. *Journal of Advertising Research*, 52(2), 149-165. doi:10.2501/JAR-52-2-149-165

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. Autoeditado. Recuperado de <https://circular-cities-and-regions.ec.europa.eu/support-materials/papers-and-reports/new-textiles-economy-redesigning-fashions-future>.

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

Francis, J. J., Johnston, M., Robertson, C., Glidewell, L., Entwistle, V., Eccles, M. P., & Grimshaw, J. M. (2010). What is an adequate sample size? Operationalising data saturation for theory-based interview studies. *Psychology and Health*, 25(10), 1229-1245

Fundación Ellen MacArthur. (2020). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. Ellen MacArthur Foundation. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/a-new-textiles-economy-redesigning-fashions-future>

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine Publishing Company

Global Fashion Agenda & Boston Consulting Group. (2017). Pulse of the Fashion Industry. Global Fashion Agenda & Boston Consulting Group.

Global Fashion Agenda. (2019). Pulse of the fashion industry.: <https://media-publications.bcg.com/france/Pulse-of-the-Fashion-Industry2019.pdf>

Gómez, M. (1995). El estudio de los residuos: definiciones, Tipologías, gestión y tratamiento. Serie Geográfica, número 5, pp.21-42.

Gregson, N., Crang, M., Fuller, S., & Holmes, H. (2015). Interrogating the Circular Economy: The Moral Economy of Resource Recovery in the EU. *Economy and Society*, 44(2), 218-243. <https://doi.org/10.1080/03085147.2015.1013353>

Gutiérrez, L., & Romero, S. (2014). Percepción del manejo de residuos sólidos urbanos (fracción inorgánica) en una comunidad universitaria. *Multiciencias*, 14(3), 247-256.

Hyun-Mee Joung, Haesun Park-Poaps (2011, septiembre). "Factors motivating and influencing clothing disposal behaviours" *International Journal of consumer studies* (p.105- 111). Recuperado de <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01048.x>

Juanga-Labayen, J. P., Labayen, Yuan, Q. (2022). "A review on textile recycling practices and challenges." *Textiles*, (p.174-188).

Kim, E., et al. (2023). Identifying Factors Influencing Consumers' Choice of Disposal Channels Regarding Children's Clothing in China. *Sustainability*, 15(16), 12628.

Kim, I., Jung, H.J., & Lee, Y. (2021). Consumers' Value and Risk Perceptions of Circular Fashion: Comparison between Secondhand, Upcycled, and Recycled Clothing. *Sustainability*.

- Kim, N.L., Woo, H., & Ramkumar, B. (2021). The role of product history in consumer response to online second-hand clothing retail service based on circular fashion. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102457
- Mazanec, J., & Harantová, V. (2024). Gen Z and Their Sustainable Shopping Behavior in the Second-Hand Clothing Segment: Case Study of the Slovak Republic. *Sustainability*, 16(8), 3129. <https://doi.org/10.3390/su16083129>
- McGorry, S. Who are Centennials: Marketing implications of Social Media Use and Preferences. *Revista de la Universidad de Economía De DeSales*, 179-180. https://digitalcommons.kennesaw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1194&context=ama_proceedings
- McKinsey & Company. (2016). *The state of fashion 2017*. McKinsey & Company.
- Morgan, L. R., & Birtwistle, G. (2009). An investigation of young fashion consumers' disposal habits. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 190-198.
- Nature. (2023). Modeling the intention and donation of second-hand clothing in the circular economy. *Scientific Reports*.
- Niinimäki, K. (2013). *Sustainable fashion: New approaches*. Aalto University publication series.
- Oláh, J., Tudor, A., Pashkus, V., & Alpatov, G. (2021). PREFERENCES OF CENTRAL EUROPEAN CONSUMERS IN CIRCULAR ECONOMY. *Ekonomicko-manazerske spektrum*.
- Ramos, C. M., & Rodrigues, J. (2020). The Influence of Social Networking Technology on Centennials Purchase Intent
- Rathinamoorthy, R. (2020). Slow Fashion—Mindset and Acceptability Among Indian College Students of Tamil Nadu.
- Shrivastava, A., Jain, G., Kamble, S., & Belhadi, A. (2021). Sustainability through online renting clothing: Circular fashion fueled by instagram micro-celebrities. *Journal of Cleaner Production*, 278, 123772.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Sage Londres
- Strauss, A., & Corbin, J. (1997). *Grounded theory in practice*. Sage Londres

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (2nd ed.). Sage Londres

Wang, X.-L. (2017). The Study of Classifying Recycling of City Waste Textile and Garment. DEStech Transactions on Engineering and Technology Research.

What is fast fashion? (2023, 7 diciembre). McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-fast-fashion>

Wójcik-Karpacz, A., Karpacz, J., Brzeziński, P., Pietruszka-Ortyl, A., & Ziębicki, B. (2023). Barriers and Drivers for Changes in Circular Business Models in a Textile Recycling Sector: Results of Qualitative Empirical Research. *Energies*.

Young, H-M y Park-Poaps, H (2011). Factor motivating and influencing clothing disposal behaviors. International journal of Consumer Studies pp. 2-3: Factors motivating and influencing clothing disposal behaviours (wiley.com)

ANEXO

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

Por la presente, yo, María Blanco-Moreno Aguilar, estudiante de E-3 de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "[Título del trabajo]", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación [el alumno debe mantener solo aquellas en las que se ha usado ChatGPT o similares y borrar el resto. Si no se ha usado ninguna, borrar todas y escribir "no he usado ninguna"]:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
3. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
4. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 05/06/2024

Firma: _____ María Blanco-Moreno _____