

ECONOMÍA & NEGOCIOS

En Concepción

se encuentran Vintage Trip y Konga.Chile.

SOBRE LA MODA CIRCULAR

Prendas en base a ropa de segunda mano: creadoras penquistas explican tendencia y proceso de creación

Isidora Moraga Montecinos
contacto@diarioconcepcion.cl

FOTO: CAROLINA ECHAGÜE M.

La ropa de segunda mano cada vez se hace más popular entre las personas. El hecho de que exista una gran cantidad de contaminación debido a los textiles ha creado conciencia entre los habitantes del planeta, quienes cada vez prefieren más la opción de utilizar prendas ya usadas.

Esto ha generado que sea más común ver tiendas que vendan estos artículos, ya sea a través de internet, como en el centro de la ciudad.

Pero junto con esto surge una nueva moda: la transformación de la ropa ya utilizada. Esta consiste en que personas crean prendas únicas a base de la vestimenta que ha sido desechada por otros, lo que hace que logren nuevas piezas para vestir.

Esto, además, ayuda a mitigar el gran impacto global que significa la generación de vestuario, que va desde el uso del agua hasta los colorantes.

Según informó el diario El País de España: "Se necesitan entre 5.400 y 16.000 litros para producir 1 kilo de algodón; y el uso de productos químicos utilizados en el proceso perjudica la biodiversidad".

"De hecho, la industria de la moda actualmente genera el 10% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. ¿Cómo invertir las cifras? Términos como 'upcycling' o 'circularidad' empiezan a formar parte de nuestro vocabulario cotidiano", consignó también el citado medio.

Gracias a esto surgen marcas como: Freitag, Paguro Upcycle, Zero Waste Daniel y Eileen Fisher, las cuales son conocidas a nivel mundial y ayudan con la modificación de prendas ya utilizadas.

En Concepción ocurre lo mismo, existen tiendas que se dedican a transformar la ropa de segunda mano, para posteriormente venderla.

Siou-li Salinas Kong, estudiante de Diseño de Vestuario y creadora



Cada día se desecha vestuario en el planeta, por lo que surge la iniciativa reutilizar y transformar esto en obras nuevas e innovadoras. Redes sociales son claves en el alcance a público joven.

de la tienda Konga.Chile, relató sobre cómo empezó este camino de vender ropa modificada, hecha a base de vestuario de segunda mano: "Empecé a coser con la máquina antigua de mi mamá y ahí comencé a tomar prendas de mi hermano".

A partir de eso, Salinas comenzó a transformar géneros y terminaciones, con un estilo propio, y creó su negocio a través de la plataforma de Instagram.

Dentro de sus motivaciones para crear este emprendimiento, está la situación del precio de las telas, las cuales suelen ser muy costosas. Eso

la ayudó a que tuviera la ideas de utilizar la ropa que ya estaba usada.

Paulina Cisternas, creadora de Vintage Trip, tienda de ropa ubicada en Freire, entre Castellón y Tucapel, es una de las personas que, dentro de la ciudad de Concepción, se dedica a realizar estas modificaciones.

"Al trabajar con ropa de segunda mano, muchas de estas prendas vienen con mermas o detalles. A veces igual tienen potencial, entonces nosotros tenemos la idea de siempre rescatarlas. Entonces de ahí sale la idea de crear prendas nuevas a través de las que vienen

malas", explicó Cisternas.

Parte de sus obras, por ejemplo, han sido petos en base a corbatas; hasta blazer que incluyen diseños de famosas marcas deportivas.

Las redes sociales como aliadas

Siou-li Salinas Kong habló sobre cómo ha generado un público en redes sociales, el cual le ha permitido vender sus productos. Si bien, ha logrado comercializar a través de esta plataforma, admite que no ha sido muy constante en sus publicaciones.

Salinas declaró que, actualmente, está en el proceso de subir videos y fotos, e incluso enviar sus creaciones a gente que sea famosa en las redes sociales, otra forma de lograr promocionar un negocio como este. "Las redes sociales ayudan a llegar a un público", dijo la creadora.

En tanto, la tienda Vintage Trip, es un negocio que también está presente en redes y con mu-

FOTO: CAROLINA ECHAGÜE M.

cha actividad en instagram (@vintagetrip_). Paulina Cisternas afirmó que no ha sido un proceso complicado el tener que exponer y promocionar sus productos de manera digital y aseguró que “nosotros ya teníamos antes como la base, que es la tienda. Tenemos muchos seguidores que son un público más joven, que en realidad ellos consumen este tipo de prendas, entonces la tienda tiene muy buena recepción en redes sociales”.

Sobre qué es lo más efectivo para promover, Cisternas comentó que destacan las fotos, videos e historias de la nueva selección de ropa, ya que las personas van más a la tienda cuando ven eso en las plataformas.

“Las historias es como lo que más utilizamos cada día, porque es lo más cercano con nuestro público. Nos permite interactuar y, por ejemplo, si subimos una prenda, ellos nos consultan en seguida y nosotros les respon-

demos inmediatamente”, relató.

Un diseño único

Siou-li, creadora de Konga.Chile explicó cómo quiere llegar a un nicho que le guste la ropa más tradicional. Además, añadió que “a mí me gusta mucho la moda asiática, y quiero integrar eso a las prendas que hago, pero de una forma más alocada”.

Salinas sostuvo que lo que la identifica como local es el ser minuciosa, al momento de crear y dejar su sello personal. Asimismo, comentó que dentro de sus planes está el sacar una nueva colección.

Para Paulina, la idea es crear prendas únicas, las cuales, según manifestó, son las que prefiere la gente. La intención, de acuerdo a ella, es que no se repitan, que sean diferentes entre todas.

OPINIONES

X @MediosUdeC
contacto@diarioconcepcion.cl

