

Pedro Guimarães (Coordinador)

Working paper



GreenCCircuit

Circuitos globales de venta de ropa de segunda mano. Sustentabilidad, *greenwashing* y economía circular.



Índice

1. Introducción. Sustentabilidad, economía circular y el sector textil.	3
1.1. Preocupaciones recientes sobre la sostenibilidad	3
1.2. Economía circular	4
1.3. La economía circular en el sector textil	4
1.4. Objetivo y estructura del informe	7
2. Notas metodológicas	8
PARTE I. La circulación de la ropa de segunda mano a escala internacional	9
3. La escala global	10
3.1. Exportación de textiles usados	11
3.2. Importación de textiles usados	13
4. La escala intra-continental	16
4.1. América	16
4.2. Asia	17
4.3. Europa	18
4.4. África	19
4.5. Oceanía	20
PARTE II. La circulación de la ropa de segunda mano a escala nacional	21
5. Una lectura desde Portugal	22
6. Pacas y Tianguis: la perspectiva desde México	25
6.1. Contexto socioeconómico	27
6.2. Las Pacas: procesos y dinámicas globales	28
6.3. Tianguis: procesos y dinámicas en la Ciudad de México	29
6.4. Tianguis: dinámicas de venta	32
6.5. Tianguis: estructura de abastecimiento	33
7. Xicalamidade: la perspectiva desde Mozambique	34
7.1. Xicalamidade. Origen del término	34
7.2. Xicalamidade: procesos y dinámicas globales	35
7.3. Caracterización de los vendedores	37
7.4. Logística de adquisición de la ropa	38
7.5. Caracterización del negocio y del cliente	40
8. Conclusiones	42
9. Recomendaciones de política	45
Referencias bibliográficas	46

Ficha técnica

Título

GreenCCircuit: Circuitos globales de venta de ropa de segunda mano. Sustentabilidad, *greenwashing* y economía circular.

Autoría

Pedro Guimarães (coordinador) – *Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa (IGOT-UL)*

José Gasca Zamora – *Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)*

Inês Raimundo – *Universidade Eduardo Mondlane (UEM)*

Daniel Paiva (IGOT-UL)

Mário Vale (IGOT-UL)

Maria Helena Esteves (IGOT-UL)

Ana Patrícia Veloso (IGOT-UL)

Cristiana Franco (IGOT-UL)

Enrique de Jesús Castro Martínez (UNAM)

Ramos Muanamoha (UEM)

Mário Chitaute Cumbe (UEM)

Elias Bascoro (UEM)

Editorial

Centro de Estudos Geográficos

Diseño gráfico

Susana Gama

ISBN

978-972-636-321-7

DOI

10.33787/CEG20250007

Año

2025

Financiación

Este documento presenta resultados del proyecto “Circuitos globales de venta de ropa de segunda mano. Sustentabilidad, *greenwashing* y economía circular”, financiado por el Gobierno de Portugal, a través del Instituto Camões, mediante el Fondo Triangular de Cooperación Portugal-América Latina-África, gestionado por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB).



Secretaría General
Iberoamericana

Secretaria-Geral
Ibero-Americana





1. Introducción. Sustentabilidad, economía circular y el sector textil.

1.1. Preocupaciones recientes sobre la sustentabilidad

A lo largo de las últimas décadas, el aumento de la presión sobre los recursos naturales ha estado acompañado de crecientes preocupaciones acerca de la sustentabilidad del actual modo de vida de la población. Por parte de las Naciones Unidas, la aprobación en 2015 de la Agenda 2030 representó el compromiso de los Estados firmantes de transformar el mundo para el año 2030. Esta agenda presentó 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible que señalan áreas prioritarias de intervención en la búsqueda de un modelo de desarrollo que permita garantizar las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de atender las necesidades de las futuras generaciones (definición presentada por Gro Brundtland en el informe de 1987, *Nuestro Futuro Común*). Estos 17 objetivos contemplan distintas dimensiones de una agenda para el desarrollo sostenible, en particular las dimensiones ambiental, social y económica. De esta manera, la promoción del desarrollo sostenible implica una transformación profunda en la relación entre la sociedad y la naturaleza.

Los modelos de desarrollo basados en la depredación de los recursos naturales deben ser reemplazados por modelos que permitan una relación más equilibrada entre las necesidades humanas y el planeta. Las actividades humanas son también responsables de la degradación ambiental y del agravamiento de las desigualdades mundiales en términos de desarrollo humano. Las diferentes dimensiones de un desarrollo sostenible buscan, de esta forma, incorporar en la agenda local y global los grandes temas a considerar en la búsqueda de la sustentabilidad del pla-

netario y de las actividades humanas, tanto presentes como futuras.

La dimensión ambiental busca llamar la atención sobre la necesidad de preservar y gestionar los recursos, especialmente aquellos no renovables. Para ello será necesario implementar acciones que minimicen los impactos negativos de su explotación en los ecosistemas, preservando la biodiversidad, mejorando la calidad del ambiente y fomentando un consumo responsable. La meta de un desarrollo sostenible debe pasar por un mayor respeto a los derechos humanos y a la igualdad de oportunidades de todos los individuos en la sociedad. Esta dimensión social implica, por lo tanto, el desarrollo de una sociedad más justa, con inclusión social y con un enfoque en la eliminación de la pobreza. En lo que respecta a la dimensión económica, es fundamental garantizar la prosperidad en distintos niveles de la sociedad mediante la implementación de acciones orientadas a la viabilidad de las organizaciones, la generación de riqueza y la promoción de un empleo digno. Las empresas también deben alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y garantizar que sus acciones estén en consonancia con los desafíos de la sustentabilidad, en cuanto a su impacto en los recursos del planeta, así como en la dimensión social y económica. Este alineamiento implica un compromiso con la sustentabilidad corporativa y con los tres factores que la conforman: ambiental, social y de gobernanza (ESG). Por parte de los consumidores, resulta fundamental generar conciencia sobre prácticas de consumo responsables, tal como lo establece el 12° Objetivo de Desarrollo Sostenible.

1.2. Economía circular

A finales de 2019, la Comisión Europea lanzó el Pacto Verde Europeo, con el objetivo de convertir a Europa en el primer continente con neutralidad en carbono en 2050 (CE, 2019). Pocos meses después, en marzo de 2020, se hizo público el Plan de Acción para la Economía Circular: hacia una Europa más limpia y competitiva (CE, 2020). En este documento, que refleja una perspectiva antropocéntrica de protección del medio ambiente, se promueven las prácticas de economía circular como una forma de minimizar el impacto derivado del exceso de producción y consumo.

La extensión del ciclo de vida de un determinado producto reduce la presión sobre las materias primas necesarias para su fabricación, disminuye los impactos ambientales derivados de su transformación y atenúa los efectos negativos asociados a la producción excesiva de residuos. De esta manera, la economía circular se presenta como un modelo alternativo al tradicional, comúnmente denominado “*take-make-waste*”, en el cual, tras un determinado uso, los productos dejan de tener utilidad y son enviados a los respectivos sistemas de tratamiento de residuos (Chang et al., 2024; Feldman et al., 2024; Keulen y Kirchherr, 2021).

La economía circular ha ganado preponderancia a lo largo de los últimos años, cimentada en la creciente preocupación por la preservación ambiental. Esta relevancia se hace visible tanto en el ámbito de las políticas públicas como en el de las publicaciones científicas que se centran en esta temática (Kalmykova et al., 2018).

El estímulo a la adopción de prácticas de economía circular, acompañado de un discurso en el que la promoción de la sustentabilidad es un elemento clave, no debe, sin embargo, menospreciar el hecho de que la economía de mercado es dominante a nivel mundial. De hecho, el desarrollo de políticas y prácticas de economía circular no ha buscado de la misma manera la reducción del exceso de producción y consumo que prevalece a nivel global. La “reducción” mencionada en los estudios sobre eco-

nomía circular se refiere principalmente a la disminución en el consumo de materias primas y no a la reducción de las prácticas de consumo, que continúan siendo elevadas (Dragomir & Dimi-tru, 2024). Así, la economía circular se centra principalmente en la reducción de los impactos derivados de los procesos productivos y de consumo, y no necesariamente en la reestructuración de ambos procesos (Brändström & Saidani, 2022).

Además, tal como lo discuten Lowe et al. (2024), la economía circular ha sido frecuentemente concebida como una oportunidad para la mercantilización de un producto en su etapa final de ciclo de vida. Es decir, la circularidad deja de estar enfocada únicamente en la dimensión ambiental y también se moviliza para la obtención de beneficios de carácter económico. De esta manera, un bien al final de su vida útil adquiere un nuevo valor que puede ser comercializado, encuadrándose con frecuencia en lo que se denomina materias primas secundarias (Scarano et al., 2022). De hecho, la ganancia económica suele describirse como uno de los principales resultados que pueden derivarse de un aumento de la economía circular (Kalmykova et al., 2018).

La economía circular consiste, por lo tanto, en encontrar soluciones ideales que combinen las preocupaciones ambientales con la dimensión económica, tanto a escala micro como macro. Se trata de incorporar la dimensión ambiental sin descuidar la económica. Según Bocken y Antikainen (2018), este proceso, que denominan circular *business model experimentation*, se desarrolla a través de tres formas interconectadas: extender la duración de los productos; promover su reciclaje; e incentivar el uso de menos materiales y energía en su diseño. Esto significa que la introducción de un determinado producto en un proceso de economía circular no solo prolonga su ciclo de vida, sino que también conlleva una reformulación de su cadena de valor, así como una reestructuración de las cadenas de suministro. Como marco racional que promueve una mayor conexión entre los distintos sectores de la economía y los principios de la sustentabilidad, la economía circular puede aplicarse de manera muy amplia.

1.3. La economía circular en el sector textil

La ropa de segunda mano constituye un segmento de interés dentro de las estrategias de sustentabilidad, pero con implicaciones económicas y sociales que la convierten en un tema controvertido. La distribución y el consumo de estos productos dejaron de ser un fenómeno marginal para transformarse en un mercado en plena expansión, que involucra a diversos países: algunos donde estas prendas se usan, se desechan y se acumulan, y otros donde se importan, distribuyen y consumen, conformando así

una compleja red de circuitos globales Norte-Sur.

La industria textil y de la confección es uno de los mayores contribuyentes a la producción de residuos a nivel mundial (Papamichael et al., 2024). Según datos compilados por Jia et al. (2020), se trata de la tercera industria más grande del mundo, solo detrás de la automotriz y la tecnológica, emitiendo más gases de efecto invernadero que la aviación y el transporte marítimo juntos.

Así, aunque se reconoce la relevancia económica del sector textil, que emplea a millones de personas en todo el mundo, también es importante destacar que la producción y el consumo de productos textiles generan impactos ambientales, sociales y económicos significativos a lo largo de toda la cadena de valor. Esto se debe a que la producción textil utiliza grandes cantidades de agua para el cultivo del algodón y de otras fibras, requiere extensas áreas de tierra, es responsable de aproximadamente el 20% de la contaminación del agua potable y constituye uno de los principales emisores de gases de efecto invernadero.

Además, más allá de las preocupaciones ambientales relacionadas con la producción textil, su consumo también debe ser objeto de reflexión, en la medida en que el consumo excesivo de textiles conduce a su descarte, ya sea mediante su reutilización o a través de su incorporación en los mecanismos de gestión de residuos.

La incorporación de la vestimenta dentro de los procesos de economía circular conlleva numerosas dificultades, ya que se trata de un producto cuya cadena global de valor se ha vuelto más compleja y diversificada a lo largo de las últimas décadas, y que además está asociado a expresiones de carácter cultural. La vestimenta constituye un elemento fundamental de la identidad cultural de un pueblo o de un grupo de individuos.

Las mejoras en las condiciones de vida de parte de la población mundial, el advenimiento de la sociedad de consumo y la difusión de la *fast fashion* provocaron un aumento de la producción, con los consiguientes costos ambientales derivados de la mayor demanda de materias primas y de su transformación (Cruz y Cruz, 2023). Estudios como el de Akter et al. (2022) demuestran la escala significativa de los residuos generados por la industria de la confección durante su fabricación.

Un número menor de estudios se ha centrado en el proceso posterior, es decir, en cómo el posconsumo se integra en un proceso de economía circular. En este nivel, es importante distinguir dos etapas. La primera etapa incluye la forma en que la vestimenta transita de los usuarios hacia los agentes encargados de introducirla en la segunda etapa, que consiste en el nuevo uso que se le dará a la prenda. Para analizar esta primera etapa, Jaamaa y Kaipia (2022) utilizan el término *first mile*, en contraposición a la designación *last mile*, tradicionalmente empleada en los estudios de logística comercial para describir la última etapa de la distribución de productos hacia los consumidores finales. *First mile* se refiere, por lo tanto, al procedimiento mediante el cual la vestimenta es entregada a los agentes responsables de prolongar su ciclo de vida.

La ropa de segunda mano fue concebida inicialmente como una estrategia para promover el cumplimiento de las directrices y

principios de la Agenda Verde, así como de los modelos de economía circular adaptados al sector textil y de la confección, en especial a la llamada “*moda circular*”. De acuerdo con datos de la Ellen MacArthur Foundation (2017), prolongar la vida útil de una prenda en apenas nueve meses reduce su huella ambiental entre un 20% y un 30% en términos de emisiones de carbono, consumo de agua y generación de residuos. La circularidad de la vestimenta está principalmente relacionada con la capacidad de prolongar el ciclo de vida de este producto y no con su incorporación a los ciclos de reciclaje. Sin embargo, la ropa pierde parte de su valor de mercado, ya sea porque se asume que sus fibras han perdido calidad, por imperfecciones derivadas del uso o por cuestiones relacionadas con la percepción de la higiene del producto (Pretner et al., 2021).

Por lo tanto, existe una combinación entre la pérdida objetiva de parte de las cualidades de los materiales de la vestimenta y una imagen subjetiva y negativa por parte de los consumidores, quienes asumen con cierta reticencia la compra de ropa de segunda mano. En este sentido, el estudio de Colasante y D’Adamo (2021) muestra cómo los consumidores italianos están dispuestos a adquirir prendas cuyo proceso de fabricación cumple con ciertos requisitos de sustentabilidad, pero presentan resistencia a la compra de ropa de segunda mano. En dicho estudio también se evidencia que los consumidores únicamente están dispuestos a pagar menos por este tipo de producto.

La economía circular de la vestimenta tiene una lectura eminentemente geográfica. Aunque su potencial de crecimiento sea transversal en todo el mundo (THREDUP, 2023), el incentivo para depositar ropa usada con fines de reutilización se practica esencialmente en los países desarrollados, mientras que los países menos desarrollados constituyen los destinos preferenciales de la ropa donada. Así, la cadena de valor de la ropa de segunda mano representa un sistema económico transnacional que conecta la cultura del *fast fashion* y del descarte en los países del Norte Global con las necesidades de subsistencia y consumo en el Sur Global. Este flujo involucra a múltiples actores y distintos niveles de intermediación. En Estados Unidos, por ejemplo, solo el 20% de la ropa donada a organizaciones de caridad se vende en tiendas de segunda mano; el resto se subasta a mayoristas o se exporta (Brooks, 2015). Estos mayoristas redistribuyen la ropa a empresas especializadas en clasificación, que segmentan las prendas por calidad, marca, tipo y temporada, destinándolas a los mercados más rentables de América Latina, como México, Perú y Chile.

Este fenómeno, frecuentemente sostenido bajo la etiqueta demasiado simplista de la caridad, es complejo. La ropa cedida o donada en los países desarrollados y posteriormente vendida hacia y en los países en desarrollo, termina por constituir la base de un negocio económico de enorme magnitud para los

países de origen: alrededor de 4 mil millones de dólares en 2012, según los datos recopilados por Norris (2015). A ello debe añadirse el valor generado en los países de destino, tanto por los impuestos de importación como por las plusvalías derivadas de la logística y de la venta al por menor, además de los empleos creados en la economía local.

Sin embargo, entre otros, se han señalado dos aspectos negativos. En primer lugar, el volumen de productos enviados a estos países es significativo, lo que compromete la viabilidad de la industria de la confección en las economías locales. En este contexto, Brooks (2015) señala que, en el caso africano, la importación de ropa usada provoca que el dinero anteriormente invertido en productos de producción local sea desviado hacia organizaciones de caridad y exportadores con sede en países del Norte Global, lo que agrava las desigualdades económicas entre los países del Norte y del Sur Global (Hernández, 2019). En segundo lugar, el envío de ropa implica, por un lado, un manto de caridad y, por otro, una transacción comercial justificada bajo el argumento de la economía circular, lo que puede camuflar profundas asimetrías en el comercio internacional y transferir a los países del Sur Global la carga de los residuos textiles. A esto se suman las limitaciones institucionales para regular y gestionar adecuadamente estos flujos comerciales y los mercados locales. Además, se ha cuestionado la validez de esta práctica desde la perspectiva de la sustentabilidad. Es decir, se reconoce que el envío de ropa usada desde los países desarrollados hacia países menos desarrollados constituye una práctica de *greenwashing*, entendida como: “*greenwashing is based on highlighting one good practice or only a small part of its activity while obscuring all others*

that have negative impacts on the environment to present itself as more sustainable than it really is” (Generation Climate Europe, 2021).

Otros autores, como Mu y Lee (2023), adoptan un enfoque más amplio y sostienen que, en el contexto de la responsabilidad social corporativa —mediante la cual las empresas se presentan como colaboradoras frente a diversos desafíos sociales, tanto ambientales como a través de acciones de caridad— se implementan prácticas de *greenwashing* con el objetivo de mejorar la percepción pública de la empresa. Este “lavado verde” ya se ha sido identificado en fases anteriores, con empresas del sector de la moda recurriendo a tales prácticas para cumplir con las crecientes normas legales y sociales relacionadas con la sustentabilidad (Adamkiewicz et al., 2022).

Estudios como el de Cobbing et al. (2022) describen cómo parte del envío de ropa hacia los países menos desarrollados se revela como un mero mecanismo mediante el cual los países emisores se deshacen de residuos textiles, sobrecargando los sistemas de gestión de desechos en los países receptores. Asimismo, la Agencia Europea de Medio Ambiente (AEMA), un organismo supervisado por la Unión Europea, reconoce la existencia de circuitos de envío de vestimenta etiquetada como destinada a usos de segunda mano que, en la práctica, terminan siendo únicamente residuos. Un informe reciente de esta Agencia (Agencia Europea de Medio Ambiente, 2023) estima que el 46% de las exportaciones de textiles usados de la Unión Europea se destinan a países africanos y que, de ese 46%, solo el 60% corresponde a productos en condiciones de ser reutilizados, mientras que el 40% restante son residuos.

Ropa de segunda mano, *greenwashing* y sustentabilidad

La ropa de segunda mano ha sido incorporada por las corporaciones de *fast fashion* en sus estrategias de mercadotecnia y de responsabilidad social empresarial. Iniciativas como campañas de recolección de prendas usadas, donaciones a cambio de vales de descuento y sistemas de intercambio de ropa se han multiplicado, aunque muchas veces con un alcance limitado frente al volumen total de producción de esas mismas marcas. Es el caso de programas como *Garment Collecting*, de H&M, o *Resell*, de Zara, que, a pesar de su retórica de “moda circular”, operan dentro de estructuras que continúan promoviendo el modelo de *fast fashion*. Este fenómeno se inscribe en una lógica de *greenwashing*, donde la ropa de segunda mano —originalmente considerada una alternativa al *fast fashion*— se transforma en un instrumento de legitimación para las mismas marcas que perpetúan modelos insustentables. En estos casos, la sustentabilidad se convierte en una fachada, con etiquetas engañosas como “*ecofriendly*”, “*eco-conscious*”, “*ethical fashion*”, “*vegan fashion*” y muchas otras. Además, el fenómeno del *greenwashing* no se limita exclusivamente a las marcas de moda rápida. Algunas plataformas digitales de reventa, como Depop, Vinted, ThredUp o GoTrendier, también promueven la compra y venta de ropa bajo el discurso de la circularidad, pero con frecuencia reproducen lógicas de consumo acelerado. En el caso de México, sobresale la existencia de un amplio mercado de ventas en línea protagonizado sobre todo por mujeres jóvenes conocidas como “*Nenis*”, quienes operan a través de grupos en Facebook e Instagram, con fuerte presencia en los mercados populares de compra y venta de ropa nueva proveniente de saldos de *fast fashion* y prendas de segunda mano (Cachinho y Gasca, 2024). El fácil acceso y el exceso de oferta de artículos en el proceso de compraventa pueden incentivar el consumo excesivo, incluso tratándose de ropa usada. Esto evidencia la necesidad de distinguir entre prácticas verdaderamente sustentables y otras que, aunque simbólicamente asociadas a modelos de economía circular, no contribuyen necesariamente a la reducción de los impactos ambientales del sector textil y de la confección.

Al enviar la ropa al final de su vida útil, los países desarrollados trasladan la carga de la gestión de los residuos a los países receptores, cuyos impactos son significativos en diversos ámbitos. El informe de Eunomia (2022) destaca la necesidad de destinar terrenos para los desechos, ya que no todos los tejidos son reciclables; así como la contaminación de los cursos de agua; el impacto en la salud humana por el contacto con los productos químicos necesarios para el reciclaje; y la contaminación del aire derivada del reciclaje y la incineración de la ropa.

En realidad, se observa una desresponsabilización de los países emisores y una presión añadida sobre los países menos desa-

rollados, lo que conlleva claros perjuicios para la calidad de vida de las poblaciones locales. Instituciones como Greenpeace (2023) señalan a varios países del Sur Global como los principales destinatarios de la ropa desechada por otras naciones, además de describir los impactos ambientales y de salud pública para la población local. No está en cuestión la contribución a la sustentabilidad de la venta de ropa de segunda mano en mercados o lugares específicos (Persson y Hinton, 2023; Valor et al., 2022), sino: (i) la magnitud de esta contribución; (ii) los impactos generados; y (iii) el énfasis en las desigualdades entre países con diferentes grados de desarrollo, con repercusiones en la calidad de vida de las poblaciones más vulnerables.

1.4. Objetivo y estructura del informe

Este informe es el resultado del proyecto titulado “*Circuitos globales de venta de ropa de segunda mano*”, enmarcado en la I Convocatoria de Proyectos e Iniciativas de Cooperación Triangular entre Iberoamérica y los Países Africanos de Lengua Oficial Portuguesa (PALOP), con financiamiento del Gobierno de Portugal, a través del Instituto Camões, y de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB). En respuesta al objetivo de reforzar la cooperación triangular entre Portugal, los países iberoamericanos y los países africanos de lengua oficial portuguesa, este proyecto fue desarrollado en asociación entre los siguientes socios académicos: Instituto de Geografía y Ordenamiento del Territorio de la Universidad de Lisboa, Portugal; Universidad Eduardo Mondlane, Mozambique; Universidad Nacional Autónoma de México, México. En el marco de este proyecto, Portugal será considerado representativo de un país emisor de ropa de segunda mano, mientras que Mozambique y México ilustrarán el caso de países receptores. Además de este capítulo introductorio, el informe se compone de nueve capítulos más, cinco de los cuales están agrupados en dos partes, a saber:

Capítulo 2. Notas metodológicas. En este capítulo presentamos las notas metodológicas relativas al análisis realizado en este informe.

Parte I. La circulación de la ropa de segunda mano a escala internacional. Esta parte incorpora:

Capítulo 3. La escala global. En este capítulo presentamos datos sobre la circulación global de la ropa de segunda mano, centrándonos principalmente en la geografía que le está asociada.

Capítulo 4. La escala intracontinental. En este capítulo analizamos los datos de importación y exportación de textiles usados en cada uno de los cinco continentes: América, Asia, Europa, África y Oceanía.

Parte II. La circulación de la ropa de segunda mano a escala nacional. Esta parte abarca:

Capítulo 5. Una lectura desde Portugal. Usando este país como representativo del Norte Global, en la medida en que la circulación de ropa de segunda mano ocurre esencialmente hacia países considerados menos desarrollados del Sur Global.

Capítulo 6. Pacas e Tianguis: comercio de ropa de segunda mano en México. En este capítulo presentamos los resultados del estudio de caso en México. Aunque tradicionalmente se incluye en la lista de países del Sur Global, presenta niveles de desarrollo elevados si se considera el indicador del Índice de Desarrollo Humano. Además, el hecho de que la venta de ropa de segunda mano ya esté profundamente arraigada en este país, así como su ubicación limítrofe con Estados Unidos de América, hacen de México un caso de estudio sumamente relevante.

Capítulo 7. Xicalamidade: comercio de ropa de segunda mano en Mozambique. Tradicionalmente se admite que los países del continente africano constituyen los principales receptores de la ropa de segunda mano proveniente del Norte Global. Mozambique es representativo en este sentido, destacándose la existencia de diversos mercados dedicados a la venta de este producto.

Capítulo 8. Conclusiones. Al final se presentará la síntesis crítica de los resultados obtenidos por el proyecto.

Capítulo 9. Recomendaciones. Dada la relevancia de la temática, que cruza la dimensión social, ambiental y económica, este capítulo presenta un conjunto de recomendaciones con el objetivo de contribuir a la formulación de políticas.

Capítulo 10. Referencias bibliográficas.



2. Notas metodológicas

Este informe tiene como objetivo poner en evidencia los principales flujos globales de circulación de ropa de segunda mano y esclarecer los procesos de comercialización de este tipo de producto en los mercados locales de Mozambique y México.

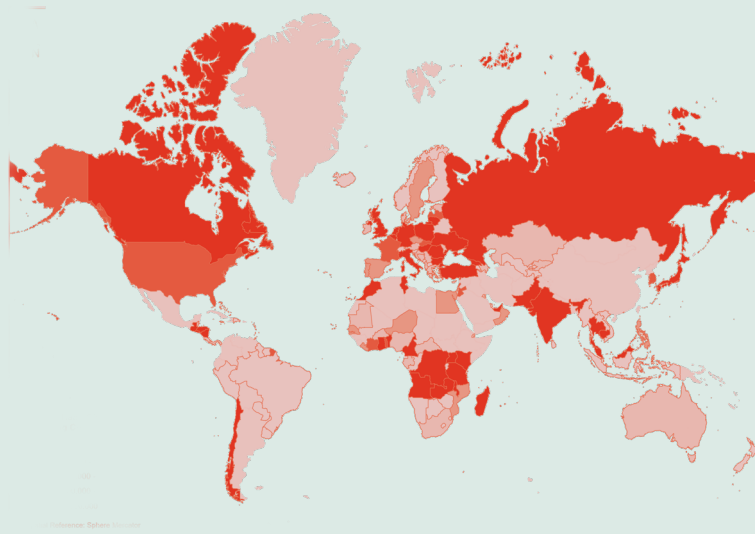
Para el análisis global se utilizaron datos de la base COMTRADE, siguiendo la metodología adoptada en estudios anteriores (Dissanayake y Pal, 2023). Se optó por el código 6309 – *Textiles; worn clothing and other worn articles*, por ser el que mejor representa la categoría de producto en cuestión. Esta elección también está alineada con instituciones como la Agencia Europea de Medio Ambiente (Agencia Europea de Medio Ambiente, 2023), lo que favorece la comparabilidad y el seguimiento de la evolución futura del tema. El código 6309 puede abarcar productos que no sean vestimenta; sin embargo, estudios anteriores (Oxford Economics, 2024; UNECE, 2024) nos permiten afirmar con confianza que este código se utiliza con frecuencia para clasificar productos de esta naturaleza. Por este motivo, a lo largo del texto, la designación “textiles usados” se emplea con frecuencia y debe interpretarse como referida, predominantemente, a productos considerados como vestimenta.

El análisis temporal abarca los años 2003, 2013 y 2023, aunque parte del análisis se centró únicamente en los años

2003 y 2023, por ser suficientemente representativos de la evolución del sector. El año 2024 fue excluido debido a la menor disponibilidad de datos en el momento de la redacción del informe. Para cada uno de los años analizados se extrajeron datos de importación y exportación, tanto en valor de transacción (en dólares – \$) como en peso (kg). En los casos en que para un año determinado no había información disponible de alguno de los indicadores en ciertos países, se recurrió a datos de años cercanos (con un margen de hasta dos años).

En los casos en que se aplicó un tratamiento gráfico a los datos de COMTRADE, se optó por mantener la designación en inglés de los países tal como aparece en la base de datos.

Es importante señalar que los datos presentados se basan en los informes formales proporcionados por cada país. Por ello, existen limitaciones en cuanto a la disponibilidad y amplitud de la información. La propia categorización puede variar entre países, admitiéndose que en algunos casos la ropa usada pueda estar clasificada en códigos distintos al 6309. De este modo, una parte significativa de la ropa de segunda mano que circula internacionalmente podría no estar reflejada en esos datos, lo que indica que la verdadera dimensión global de este sector es probablemente superior a la captada por las estadísticas oficiales.



PARTE I.

La circulación de la ropa de segunda mano a escala internacional



3. La escala global

Aunque la circulación global de ropa de segunda mano está ampliamente difundida en la actualidad, representa hasta ahora el punto culminante de un proceso evolutivo continuo. La tabla 1 ilustra esta progresión. En lo que respecta a las importaciones, solo los continentes africano y asiático superan la marca de mil millones de toneladas, tanto en 2013 como en 2023, siendo que en este último año el continente asiático se aproxima al valor de dos mil millones de toneladas. Al analizar las importaciones desde la perspectiva del valor transaccionado, se observa que el continente europeo se equipara a los valores registrados para África y Asia, con los tres continentes superando el umbral de mil millones de dólares en ropa importada en 2023. Sin embargo, en 2013, solo Europa y África habían superado esa cifra. Cabe destacar además los valores reducidos asociados a Oceanía y el crecimiento significativo del continente americano, que pasó de 350 millones de dólares en 2013 a más de 700 millones de dólares en 2023.

En lo que respecta a las exportaciones, la distinción entre continentes se vuelve más evidente, con los países europeos y asiáticos registrando valores superiores a dos mil millones de dólares en 2023. En el caso de Europa, las cifras se mantuvieron relativamente inalteradas respecto a 2013. Asia, en cambio, se destacó en la última década como uno de los dos continentes con mayor valor de exportación, asumiendo el liderazgo cuando se considera el total exportado en kilogramos. Esta posición se debe, en parte, a países como China, Pakistán y los Emiratos Árabes Unidos, donde se concentran importantes centros de reexpedición y clasificación de ropa de segunda mano, proveniente de países desarrollados y posteriormente destinada a países menos desarrollados.

Por otro lado, la disminución del volumen de exportaciones del continente americano puede explicarse por la reducción en los valores absolutos de exportación en países relevantes como Estados Unidos y Canadá, además de otros países de menor tamaño.

También se observan discrepancias entre los valores reportados de importación y exportación. En lo que respecta a los datos ponderados por peso, la diferencia más significativa se registra en 2023, con una discrepancia cercana a 150 mil toneladas, entre los 5,1 millones de toneladas exportadas y los 4,9 millones de toneladas importadas a nivel global. Las causas de esta divergencia no pueden determinarse con exactitud, pudiendo estar asociadas a diversos factores: diferencias en los criterios de reporte adoptados por las entidades exportadoras e importadoras en distintas jurisdicciones; el desfase temporal entre el momento de la exportación y el de la importación, que puede dar lugar al registro de los flujos comerciales en años distintos; la eventual retirada de parte de la ropa transaccionada durante su paso por centros de clasificación situados en países intermediarios; entre otros factores que, con los datos disponibles, no es posible identificar con precisión. En lo que concierne a los valores monetarios relativos a la importación y exportación, la discrepancia resulta aún más expresiva, sobre todo en los años más recientes analizados. Además de las razones mencionadas anteriormente, la diferencia —que se aproxima a mil millones de dólares— podría derivar también de cuestiones fiscales y aduaneras.

Los datos disponibles deben analizarse con la debida cautela, teniendo en cuenta la ausencia de información en algunos de los años estudiados respecto a ciertos países que, presumible-

Tabla 1. Datos generales de importación y exportación de textiles usados, por continente, en 2003, 2013 y 2023

Fuente: COMTRADE database (2025)

Importación / Exportación	América	África	Asia	Europa	Oceanía	TOTAL
Importación 2003 (Kg)	185 521 260,7	557 529 440,1	503 948 818,0	607 970 351,6	14 699 178,0	1 869 669 048,5
Importación 2013 (Kg)	417 198 477,9	1 543 747 495,7	1 301 669 388,3	982 978 790,3	5 232 069,3	4 250 826 221,6
Importación 2023 (Kg)	521 625 342,2	1 519 167 124,7	1 986 932 038,5	912 086 822,7	4 946 835,7	4 944 758 163,9
Importación 2003 (\$)	170 518 787,4	399 949 198,3	302 017 773,1	341 058 987,5	11 954 583,0	1 225 499 329,3
Importación 2013 (\$)	350 195 585,2	1 069 698 749,9	802 484 148,4	1 193 034 494,4	9 560 214,9	3 424 973 192,6
Importación 2023 (\$)	719 230 867,5	1 363 759 953,7	1 280 919 083,3	1 276 318 057,3	9 637 568,6	4 649 865 530,5
Exportación 2003 (Kg)	317 108 380,2	38 489 196,1	447 692 993,0	992 971 467,8	28 969 985,0	1 825 232 022,1
Exportación 2013 (Kg)	910 924 039,3	71 056 248,7	1 142 976 066,8	1 899 900 661,8	92 166 349,0	4 117 023 365,6
Exportación 2023 (Kg)	796 758 026,9	73 137 776,6	2 232 409 475,4	1 879 748 010,0	119 856 951,4	5 101 910 240,3
Exportación 2003 (\$)	328 657 805,5	40 949 929,3	233 293 198,0	774 053 119,7	18 518 505,0	1 395 472 557,4
Exportación 2013 (\$)	873 272 453,5	93 508 747,1	1 025 716 018,5	2 340 072 811,6	75 777 417,6	4 408 347 448,3
Exportación 2023 (\$)	1 047 146 402,2	62 065 023,2	2 089 286 406,5	2 264 754 564,3	74 938 017,2	5 538 190 413,4

mente, tienen un peso relevante en el panorama global. Entre ellos se destacan, de forma no exhaustiva, China, México, Arabia Saudita y el Reino Unido. Esta falta de datos no permite determinar si se debe a políticas más restrictivas en rela-

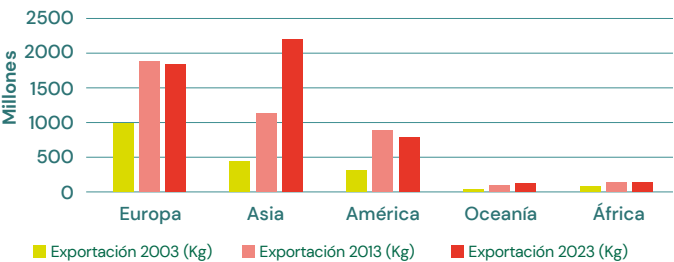
ción con la importación o exportación de ropa —que efectivamente puedan haber limitado el comercio de estos bienes— o, alternativamente, a la falta de reporte de la información y su consecuente indisponibilidad en la plataforma COMTRADE.

3.1. Exportación de textiles usados

Al observar el panorama global, se evidencia el papel de Europa y Asia en la circulación de textiles usados a escala mundial, siendo estos dos continentes responsables de 4/5 de todos los textiles exportados.

Figura 1. Exportación de textiles usados, en 2003, 2013 y 2023, por continente

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)



Entre 2003 y 2013, Europa casi duplicó el volumen de ropa transaccionada, manteniendo en 2023 el mismo nivel alcanzado al final de ese período. A lo largo de la última década, Asia se destacó como el continente con el mayor volumen de exportaciones de textiles usados. En 2023, el volumen exportado por los países asiáticos superó los dos millones de toneladas, representando el 43,8% del total global de exportaciones de este tipo de material. En lo que respecta a las exportaciones, tanto Oceanía como el continente africano presentaron valores residuales. Por su parte, los países del continente americano registraron niveles intermedios, respondiendo por apenas el 15,6% de las exportaciones globales de textiles usados.

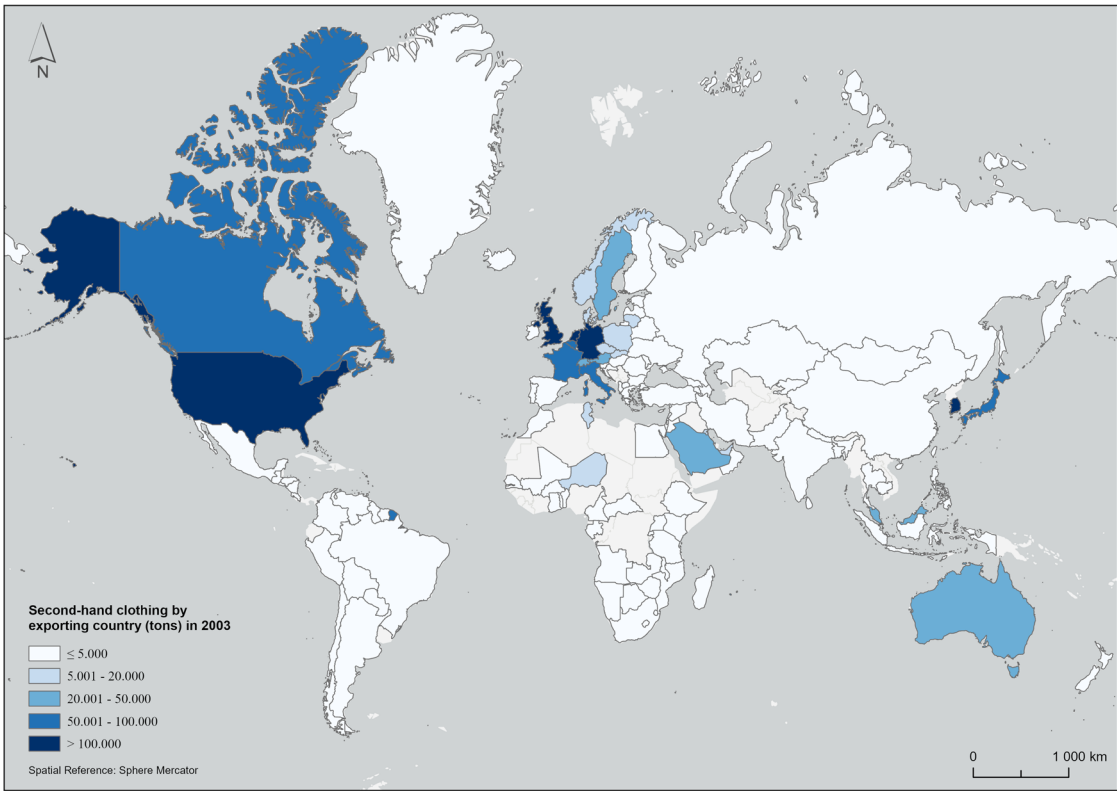
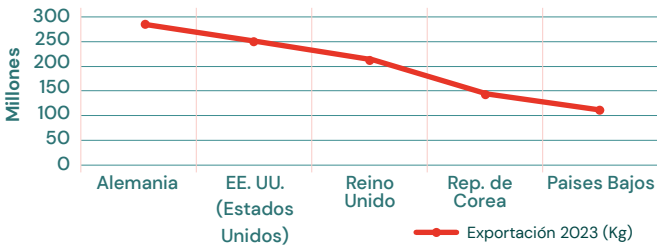


Figura 2. Mapa de los países por volumen de exportación de textiles usados en 2003

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

Figura 3. Lista de países con volumen de exportación de textiles usados superior a 100 millones de kilos en 2003

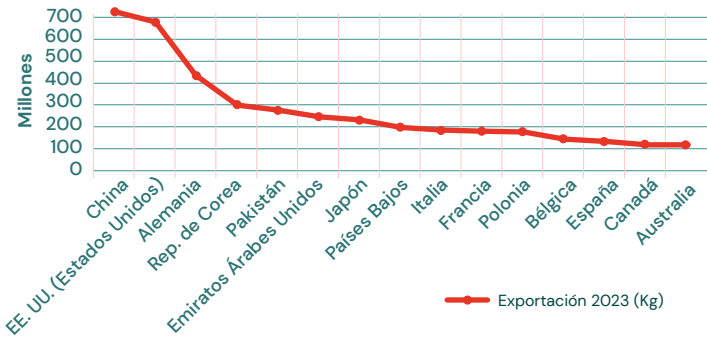
Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)



Obsérvese cómo el panorama internacional de la exportación de textiles usados se ha venido estructurando de manera diferenciada desde comienzos de siglo. En 2003, solo cinco países reportaron volúmenes de exportación superiores a cien millones de kilos, a saber: Alemania, Estados Unidos de América, Corea del Sur, Reino Unido y Países Bajos.

Figura 4. Lista de países con volumen de exportación de textiles usados superior a 100 millones de kilos en 2023

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)



En 2023, quince países superaron ese umbral. De los cinco mayores exportadores en 2003, el Reino Unido no reportó valores de exportación para 2023. Los otros cuatro países incrementaron sus volúmenes de exportación. De los once países restantes, cinco son europeos (Italia, Francia, Polonia, Bélgica y España), cuatro son asiáticos (China, Pakistán, Emiratos Árabes Unidos y Japón), a los que se suman Canadá y Australia. Así, esta evolución no solo refleja que el volumen total exportado de textiles usados ha aumentado de forma muy significativa, sino también que el número de países involucrados en el comercio global de este tipo de producto se ha incrementado.

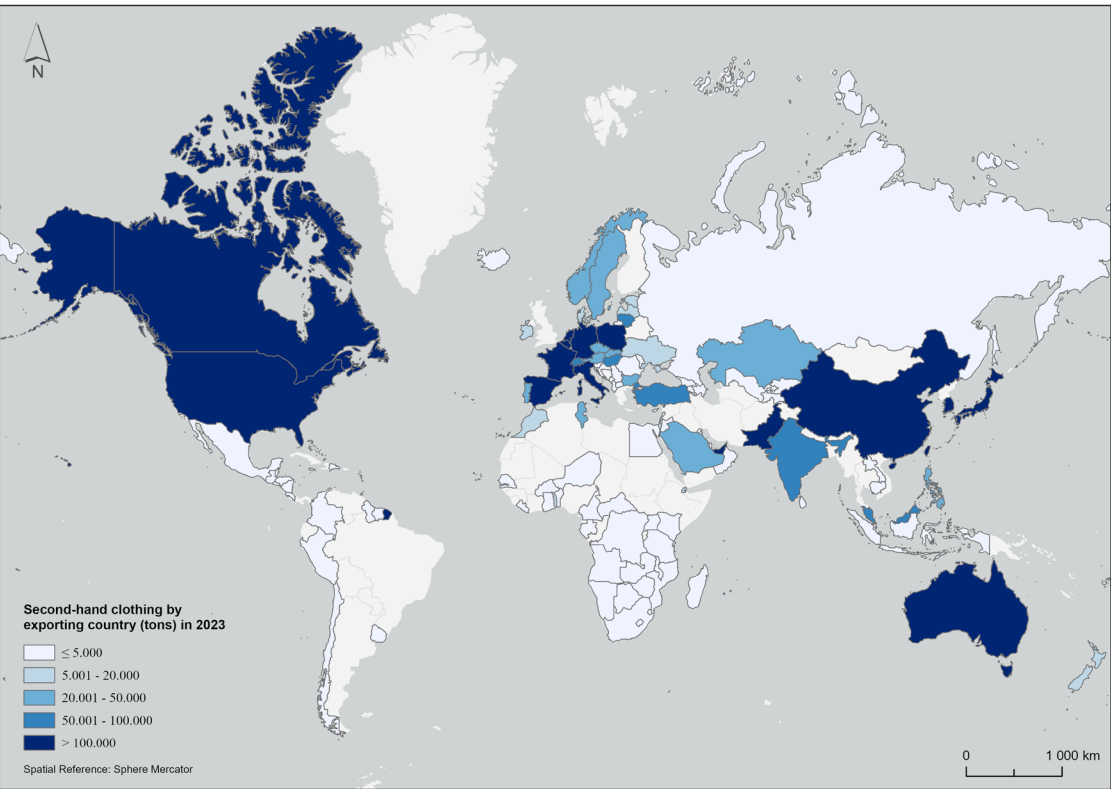


Figura 5. Mapa de los países por volumen de exportación de textiles usados en 2023

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

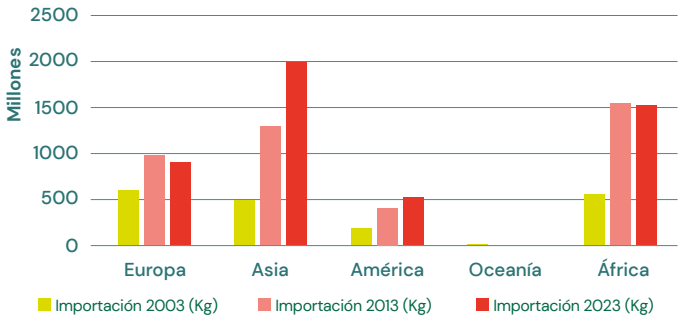
3.2. Importación de textiles usados

En lo que respecta a las importaciones, los cambios a lo largo de las últimas décadas son más significativos. En 2003, África, Asia y Europa presentaban volúmenes similares de importación de textiles usados. Ya en 2013, el volumen importado por África casi se triplicó, convirtiéndolo al continente en el principal importador, seguido por Asia y Europa. En 2023, se observa una modificación notable, con Asia asumiendo el liderazgo en las importaciones de textiles usados debido a un crecimiento pronunciado en ese período. Esta posición dominante está, en gran medida, relacionada con el hecho de que algunos países asiáticos asumen el papel de centros de reexportación, recibiendo textiles usados, clasificándolos y posteriormente exportándolos a terceros países. Al igual que ocurre con las exportaciones, Oceanía mantiene volúmenes de importación muy reducidos.

Al igual que se verificó en las exportaciones, entre 2003 y 2023 el número de países con volúmenes relevantes de importación de textiles usados ha aumentado. En 2003, solo Pakistán y Malasia registraron importaciones superiores a cien millones de kilos. En 2023, catorce países superaron ese

Figura 6. Importación de textiles usados, en 2003, 2013 y 2023, por continente

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)



umbral, de los cuales seis son africanos (Kenia, Túnez, República Democrática del Congo, Benín, Ghana y Uganda), cinco asiáticos (Pakistán, Malasia, Emiratos Árabes Unidos, India y Tailandia), dos americanos (Guatemala y Chile) y únicamente uno europeo (Ucrania).

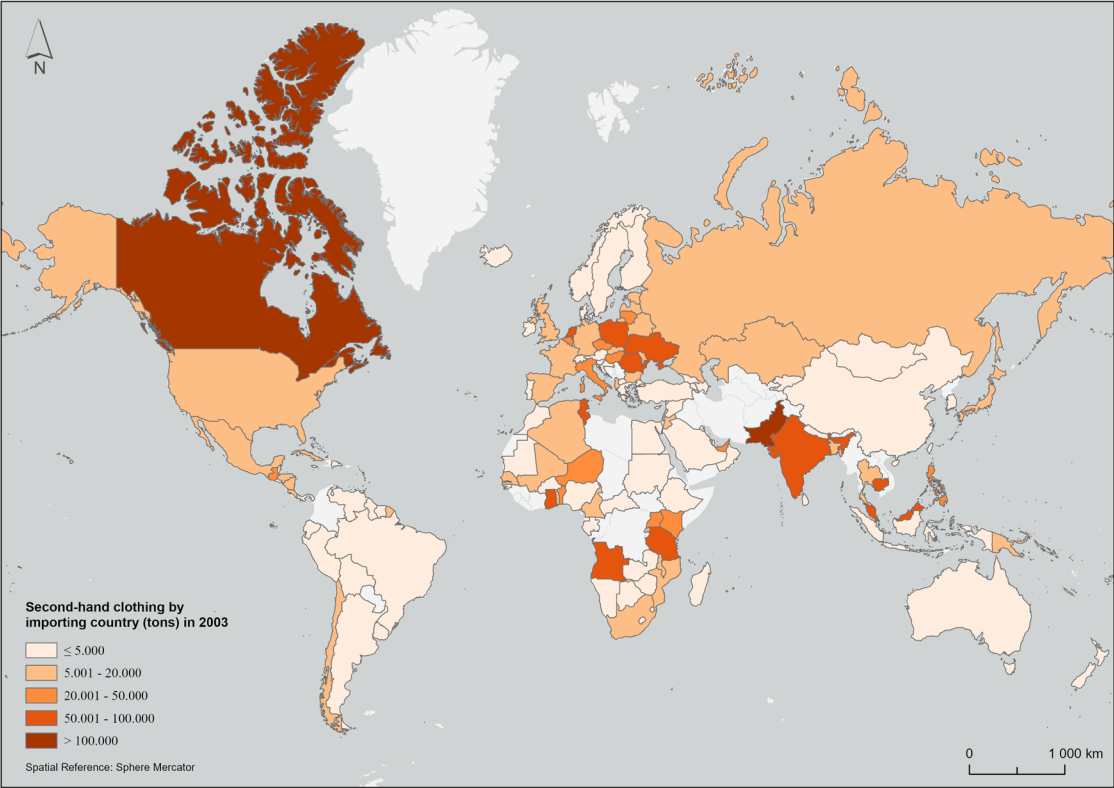


Figura 7.
Mapa de los países
por volumen de
importación de
textiles usados
en 2003

Fuente: Autores, con base
en datos de COMTRADE
(2025)

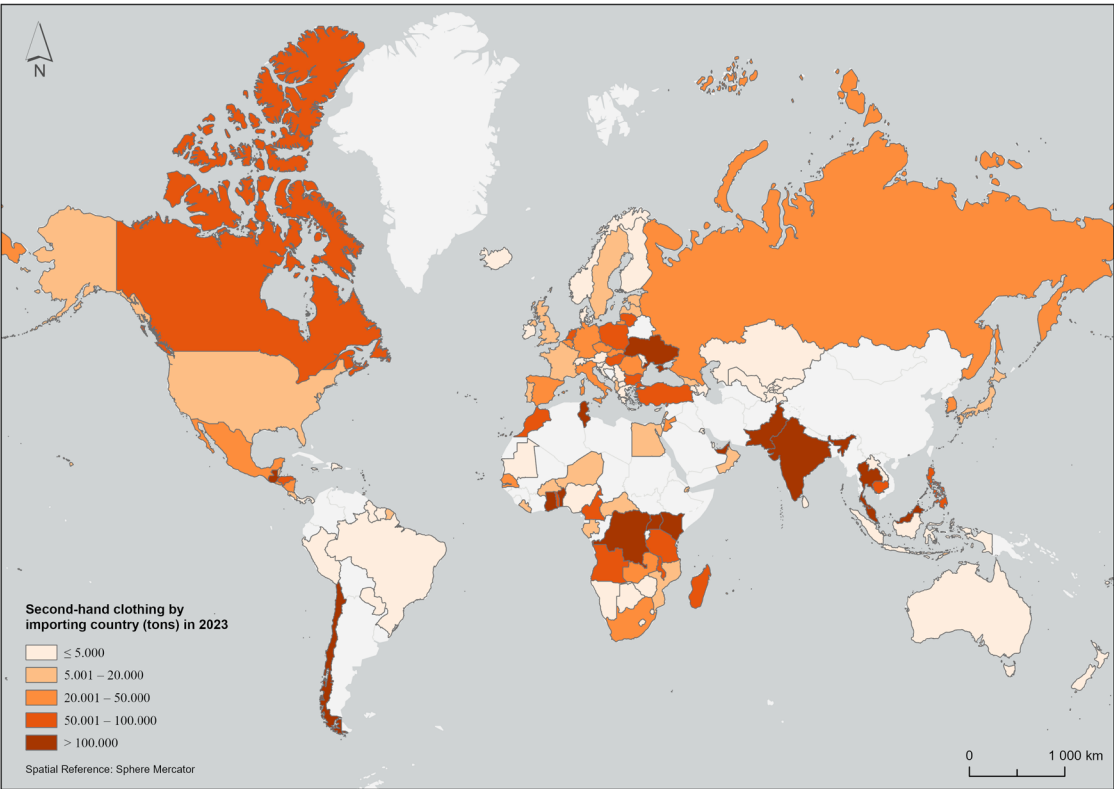


Figura 8.
Mapa de los países
por volumen de
importación de
textiles usados
en 2023

Fuente: Autores, con base
en datos de COMTRADE
(2025)

Figura 9. Lista de países con volumen de importación de textiles usados superior a 100 millones de kilos en 2023

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

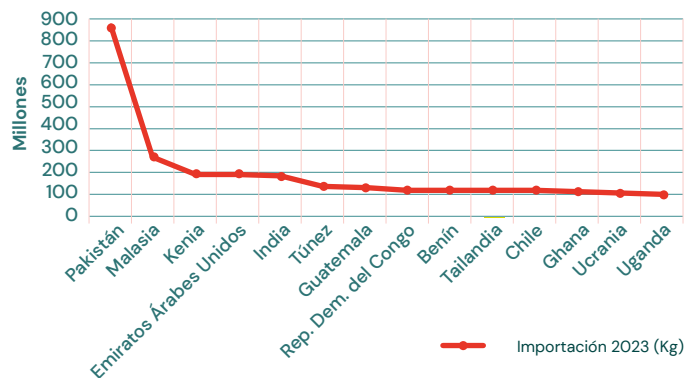


Figura 10. Balance entre exportación e importación de textiles usados en 2023, por continente

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

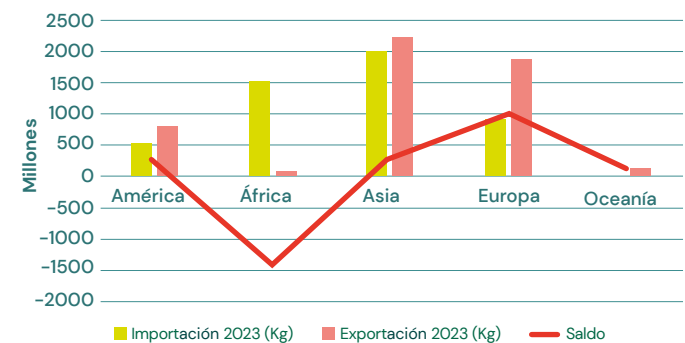
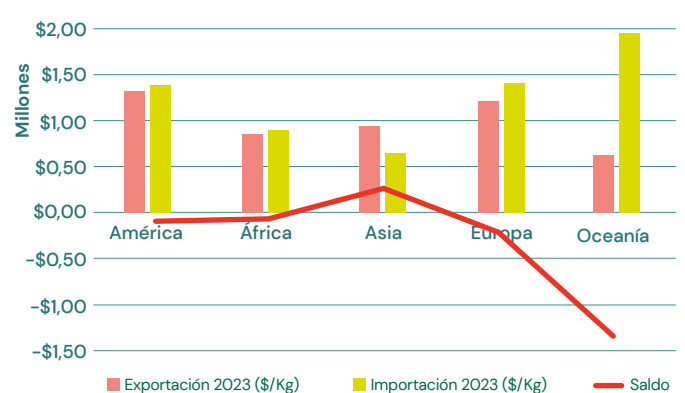


Figura 11. Precio de textiles usados (\$) importados y exportados, por kilogramo y por continente

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)



El balance entre el volumen de textiles usados exportados e importados revela que América, Asia, Europa y Oceanía exportan más de lo que importan, destacándose Europa con un saldo positivo cercano a mil millones de toneladas. En contrapartida, África presenta un saldo claramente negativo, con casi 1,5 mil millones de toneladas importadas más de las que exporta. Este desequilibrio confirma que, en gran medida y considerando el panorama global, el continente africano se consolida como el principal destino de los textiles usados a nivel mundial.

El valor de los textiles usados importados y exportados varía significativamente según el continente. Asia es el continente con el valor más bajo de los textiles importados. Sin embargo, considerando que es el continente con el mayor volumen de importación y exportación de textiles usados, la diferencia entre el valor medio de la importación (0,64 \$/kg) y el de la exportación (0,89 \$/kg) indica una valorización del producto importado, en la medida en que se exporta a un precio superior. En el caso de Europa, América y Oceanía, el valor medio de la importación es superior al de la exportación, aunque en el caso de Oceanía, el reducido volumen de transacciones (importación y exportación) no hace de este continente un espacio particularmente relevante para comprender la circulación global y los procesos que la caracterizan. En el caso de África, el limitado volumen de exportación tampoco permite extraer conclusiones sobre la (des)valorización del textil usado en este contexto geográfico.



4. La escala intracontinental

4.1. América

En el continente americano, Estados Unidos y Canadá son responsables de casi la totalidad de las exportaciones de textiles usados, sumando el 99% del total del continente. Además de estos dos países, solo Costa Rica, Chile, Guatemala y Nicaragua registran volúmenes de exportación cercanos o superiores a mil toneladas. Aunque la relevancia de esos dos países se ha mantenido inalterada desde 2003, el flujo de exportación de Estados Unidos aumentó considerablemente, pasando de 248 mil toneladas en 2003 a 673 mil toneladas en 2023, consolidándose, como se señaló anteriormente, como el segundo país exportador a escala mundial.

En cuanto a las importaciones de textiles usados, en 2023 Canadá y Estados Unidos desempeñan un papel secundario. En contraste, países como Guatemala y Chile se destacan como los principales importadores del continente. Además del cambio en la jerarquía, los volúmenes de importación son significativamente distintos de los de exportación. Por ejemplo, tanto Guatemala como Chile importan más de cien millones de toneladas cada uno, en contraste con los volúmenes modestos que exportan. Asimismo, el análisis de la figura 13 revela que la situación en 2023 es bastante diferente de la observada en 2003. Entre los diez mayores importadores de 2023, Canadá presentó una reducción en el volumen importado en comparación con 2003, al contrario de los otros nueve países, que registraron un aumento en sus importaciones. Este escenario indica no solo que el volumen total de importaciones en el continente creció de manera significativa —de 185 mil toneladas en 2003 a 510 mil toneladas en 2023—, sino también que las redes de importación se consolidaron estructuralmente a lo largo de las últimas décadas.

Figura 12. Mayores exportadores del continente americano en 2023 (millones de kilos, datos de 2003 y 2023)

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

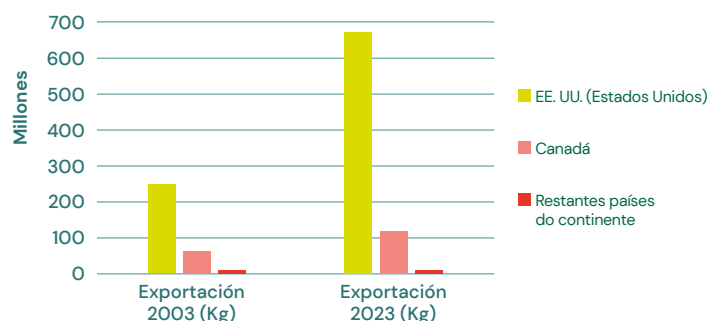
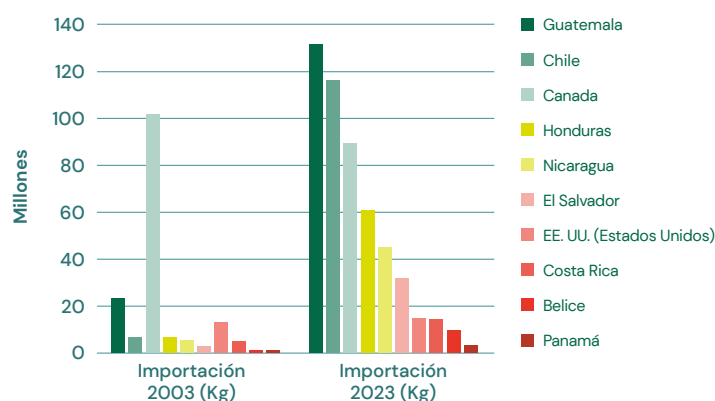


Figura 13. Diez mayores importadores del continente americano en 2023 (millones de kilos, datos de 2003 y 2023)

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)



4.2. Asia

El continente asiático se consolidó como el mayor exportador global de textiles usados, pasando de 451 mil toneladas en 2003 a 2,2 millones de toneladas en 2023. De este modo, la figura 14 debe interpretarse de forma relativa. Entre los diez principales exportadores en 2023, ninguno redujo el volumen exportado entre 2003 y 2023. Incluso Corea del Sur, que en 2003 concentraba casi el 50% del total de exportaciones de textiles usados del continente y cayó a cerca del 13% en 2023, presentó un aumento absoluto en el volumen exportado. Este crecimiento significativo de las exportaciones en China, Pakistán y Emiratos Árabes Unidos provocó que el peso relativo de Corea del Sur disminuyera. De hecho, esos tres países, junto con Japón y Malasia, exportan casi tanto como el total de todos los países europeos. El aumento de las exportaciones en China puede atribuirse a mejoras en las condiciones socio-económicas de la población, mientras que los altos volúmenes exportados por Pakistán y Emiratos Árabes Unidos se deben a la presencia de centros de recepción, clasificación y posterior redistribución en esos países.

En lo que respecta a las importaciones, Pakistán, Malasia, Emiratos Árabes Unidos e India se destacan, concentrando el 80% del total importado por el continente asiático. Cabe señalar la ausencia de China en esta lista, posiblemente debido a regulaciones relacionadas con la importación de textiles usados o a cuestiones vinculadas al reporte formal de esas operaciones. El elevado volumen asociado a Pakistán sugiere que, además de actuar como un importante exportador, el país también utiliza los textiles usados importados para su comercialización en el mercado interno.

Figura 14. Diez mayores exportadores del continente asiático en 2023 (millones de kilos, datos de 2003 y 2023)

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

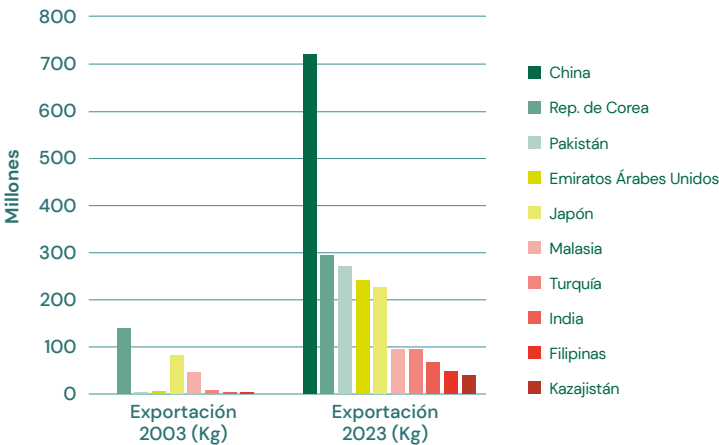
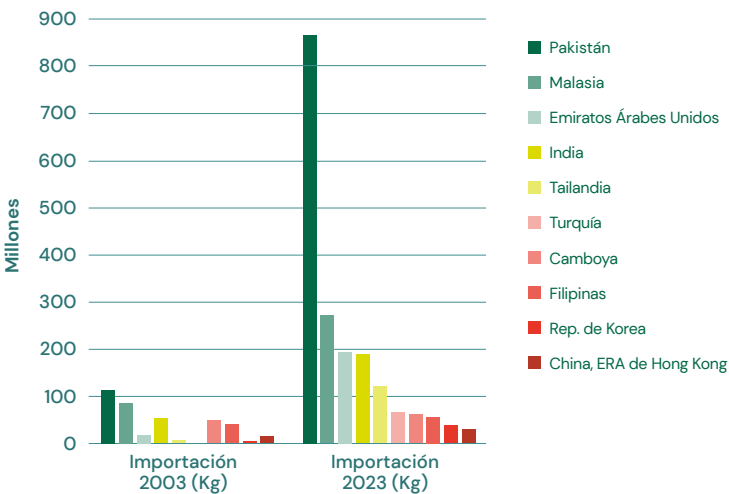


Figura 15. Diez mayores importadores del continente asiático en 2023 (millones de kilos, datos de 2003 y 2023)

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)



4.3. Europa

Los países europeos casi duplicaron el volumen de exportaciones entre 2003 y 2013, manteniendo un valor estable en 2023. Así, al igual que en el continente asiático, la pérdida de relevancia relativa de países como Alemania y Países Bajos no significa que hayan disminuido sus exportaciones. Por el contrario, aumentaron sus volúmenes, pero fueron acompañados en esta evolución por un conjunto más amplio de países como Francia, España, Lituania, Hungría y Polonia. La relevancia de estos últimos tres países probablemente esté asociada a la presencia de centros de recepción y clasificación de textiles usados que posteriormente son exportados hacia otros contextos geográficos.

En los dos años más recientes analizados, el total de las importaciones de los países europeos corresponde a cerca de la mitad del total de las exportaciones. Es importante señalar que, en el caso de los países de la Unión Europea, la facilidad del comercio intracomunitario favorece la planificación de centros de recolección de textiles usados a una escala regional. Esto significa que parte de las importaciones registradas podría corresponder a movimientos dentro de la propia Unión Europea, no destinados al consumo interno, sino enmarcados en una estrategia de economía de escala. Dicha estrategia busca el tratamiento de textiles usados para su posterior exportación a países externos al bloque.

Figura 16. Diez mayores exportadores del continente europeo en 2023 (millones de kilos, datos de 2003 y 2023)

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

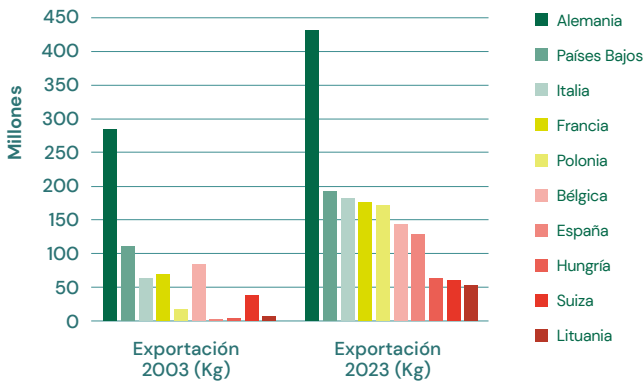
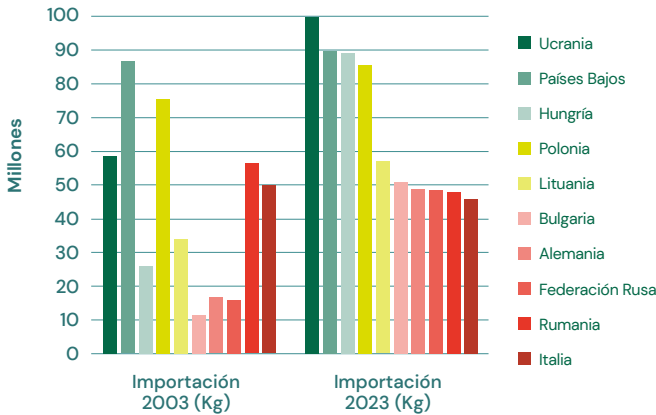


Figura 17. Diez mayores importadores del continente europeo en 2023 (millones de kilos, datos de 2003 y 2023)

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)



4.4. África

El volumen de exportaciones de textiles usados en África es poco significativo a nivel global. A modo de comparación, el continente africano exporta, en total, menos del 4% del volumen exportado por los continentes asiático y europeo. En 2023, solo dos países —Túnez y Togo— fueron responsables del 57% del total de exportaciones. Marruecos y Yibuti aparecen en un segundo nivel, con flujos de exportación entre 5 mil y 10 mil toneladas de textiles usados. Tanto estos países como el resto del continente africano presentan volúmenes de exportación residuales en el panorama global. Únicamente 11 de los 35 países africanos que reportaron exportaciones de textiles usados en 2023 registraron volúmenes superiores a mil toneladas. Esta cifra contrasta fuertemente con la de Europa, donde 28 de los 36 países con datos reportados para el mismo año superaron este umbral.

En el ámbito de las importaciones, se destacan dos aspectos. En primer lugar, la cantidad de textiles usados importados en 2003 por Túnez, Ghana y Angola, lo que sugiere que el panorama actual de la circulación global de textiles usados tiene raíces históricas que no deben ser desatendidas, especialmente a la luz de los análisis realizados en el presente. En segundo lugar, el elevado número de países africanos con volúmenes significativos de importación de textiles usados evidencia que la dinámica de la circulación de ropa usada en este continente posee un alcance más amplio, superando las fronteras de países frecuentemente más destacados, como Ghana. A modo de ejemplo, además de los diez países representados en la figura 19, otros nueve países africanos registran flujos de importación superiores a 1.5 mil toneladas.

Figura 18. Diez mayores exportadores del continente africano en 2023 (millones de kilos, datos de 2003 y 2023)

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

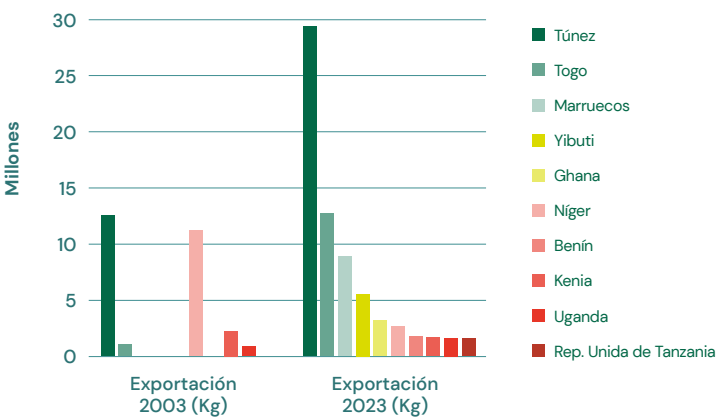
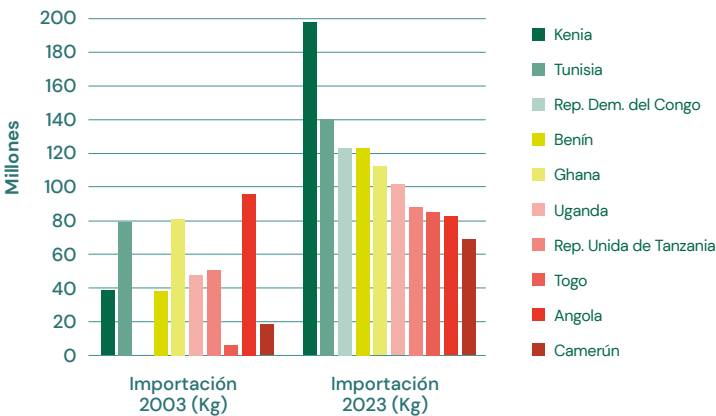


Figura 19. Diez mayores importadores del continente africano en 2023 (millones de kilos, datos de 2003 y 2023)

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

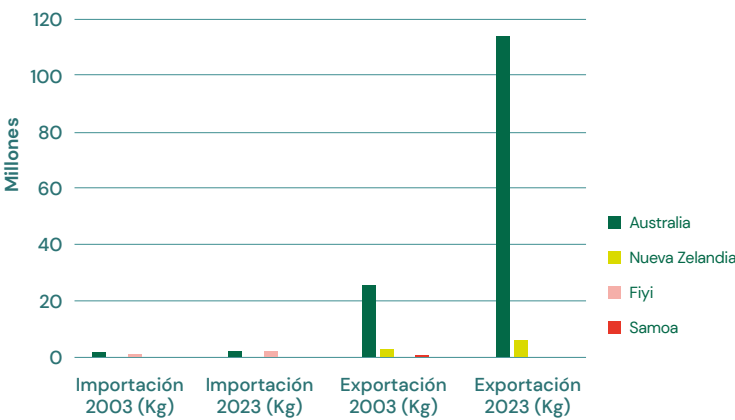


4.5. Oceanía

El análisis de los flujos de importación y exportación de textiles usados en Oceanía se resume esencialmente a las transacciones exportadoras de Australia y Nueva Zelanda, responsables, respectivamente, del 94,9% y del 5,1% de todo el volumen exportado en este continente. Fiyi y Samoa también reportan valores de exportación, aunque bastante reducidos. En lo que respecta a los flujos de importación, estos son muy poco significativos. Así, con excepción de las exportaciones realizadas por Australia, puede considerarse que este continente desempeña un papel secundario en la comprensión de la circulación global de textiles usados.

Figura 20. Mayores importadores y exportadores de Oceanía en 2023 (millones de kilos, datos de 2003 y 2023)

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)





PARTE II.

**La circulación
de la ropa de segunda mano
a escala nacional**



5. Una lectura desde Portugal

Para los fines de este informe, Portugal se presenta como representativo de un país desarrollado, cuyo papel en la circulación global de textiles usados se sitúa principalmente en la esfera de la exportación hacia terceros países, generalmente con menores niveles de desarrollo. El proyecto que da soporte a la realización de este informe parte de este razonamiento, por lo que el análisis de Portugal resulta al mismo tiempo necesario y representativo de cómo los textiles usados —en su mayoría, prendas de vestir— siguen un recorrido que comienza con la entrega de ropa usada en contenedores específicos y culmina con su adquisición por parte de consumidores en terceros países.

En lo que respecta a la regulación pública, el hecho de que Portugal sea miembro de la Unión Europea implica la transposición al ordenamiento jurídico nacional de un conjunto de normas y reglamentos aprobados por la UE. En 2020 se aprobó el régimen general de gestión de residuos (Decreto-Ley n.º 102-D/2020, de 10 de diciembre - <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/102-d-2020-150908012>). Este decreto-ley transpone un conjunto de directivas de la Unión Europea (2018/849, 2018/850, 2018/851 y 2018/852). A la luz de este documento, los textiles desechados son designados como “residuos”, equiparándose así a otros productos como los “equipos eléctricos y electrónicos”. También estipula que

Los sistemas municipales y multimunicipales adoptan las medidas necesarias para garantizar que los productos u objetos en fin de vida se destinen a la reutilización, y que los residuos se dirijan a operaciones de preparación para la reutilización, en particular en el caso de los equipos eléctricos y electrónicos, textiles y mobiliario (art. 47, D.L. n.º 102-D/2020).

También se estableció que las entidades responsables del sistema municipal o multimunicipal de gestión de residuos urbanos deben poner en funcionamiento un sistema de recolección selectiva de textiles hasta el 1 de enero de 2025, aunque en la fecha de redacción del presente informe dicho sistema de recolección selectiva aún no estaba operativo. En su lugar, como en diversos países, la recolección de textiles usados está a cargo principalmente de empresas privadas que, mediante la instalación de contenedores, ofrecen a los consumidores un espacio para depositar los textiles desechados, distinto de los lugares destinados a los residuos indiferenciados. El Plan Municipal de Gestión de Residuos del Municipio de Lisboa de 2016 —anterior al régimen general de gestión de residuos de 2020— sugiere que estas empresas seguirán siendo las responsables de la recolección selectiva de textiles, cumpliendo así con la transposición del D.L. n.º 102-D/2020. En dicho plan municipal (<https://www.amlisboa.pt/documentos/1518710407X3pLQ1gt5Xs49PQ8.pdf>), los textiles se equiparan a otros productos como “aceites y grasas alimentarias” y “residuos de equipos eléctricos y electrónicos”, cuyo reciclaje ya está a cargo de operadores privados.

De esta forma, estos operadores privados son semejantes a los que actúan en otros sectores tradicionalmente asociados al reciclaje y/o reutilización, como los plásticos, el papel, el vidrio, los aceites o las pilas. Su papel es determinante en la circulación global de textiles usados, tanto en una fase inicial como intermedia del proceso. En una primera fase, desempeñan un papel fundamental en la *first mile*, al proporcionar los contenedores donde los consumidores depositan los textiles de los que se deshacen. Tras una primera clasificación realizada por estas empresas, los textiles recolectados se destinan a diferentes fines. Una parte de la ropa donada se canaliza hacia donaciones mediante circuitos cortos, en articulación con entidades loca-

les. Otra parte del material recolectado se envía directamente a vertederos, a través de empresas especializadas en ese tratamiento. Todavía en el contexto nacional, cuando forma parte del modelo de negocio de la empresa, parte de los textiles puede comercializarse en tiendas propias. Sin embargo, la mayor parte del textil recolectado se exporta al extranjero:

- (i) Hacia empresas dedicadas a la recolección internacional de textiles, donde se han identificado centros de acopio tanto en Europa como en países asiáticos, como Pakistán y Emiratos Árabes Unidos, que se han venido especializando en este tipo de producto. En estos centros se lleva a cabo un nuevo proceso de clasificación, en el cual los textiles pueden ser desechados, enviados a terceros países o destinados al reciclaje. Tras el proceso de reciclaje, los materiales también se dirigen a terceros países;
- (ii) Directamente a terceros países, a través de importadores, donde los textiles son vendidos a comerciantes locales, quienes posteriormente los ponen a la venta en mercados u otros espacios físicos dedicados a la comercialización de ropa usada.

El análisis de las exportaciones e importaciones de textiles usados en Portugal revela que entre 2003 y 2023 los flujos au-

mentaron de forma muy significativa. En 2003, Portugal exportaba alrededor de 1,3 mil toneladas, cifra que superó las 21 mil toneladas en 2023. Sin embargo, no solo el volumen merece atención, sino también los países de destino de estas exportaciones: Emiratos Árabes Unidos y Pakistán absorbieron el 58% del total de las exportaciones de textiles usados de Portugal. Reconocidos como importantes centros de reexpedición, como se mencionó anteriormente, su preponderancia en 2023 indica que la exportación de textiles usados dejó de basarse mayoritariamente en una relación directa entre exportador e importador, pasando a involucrar nuevos actores en una fase intermedia del proceso, lo que complejiza la cadena de valor.

También en el ámbito de las importaciones, el volumen aumentó considerablemente entre 2003 y 2023. En el caso de las importaciones provenientes de España, parte del flujo puede explicarse por el hecho de que una empresa que opera en Portugal dispone de una cadena de valor basada en la exportación de ropa hacia España, donde esta es clasificada y posteriormente reexportada a Portugal. En cuanto a países como Países Bajos, Francia y Bélgica, los valores parecen justificarse por diversos factores, entre los cuales se encuentran la existencia de centros especializados en la clasificación de ropa usada y la facilidad de circulación de mercancías entre Estados miembros de la Unión Europea.

Figura 21. Esquema de la circulación global de textiles usados

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

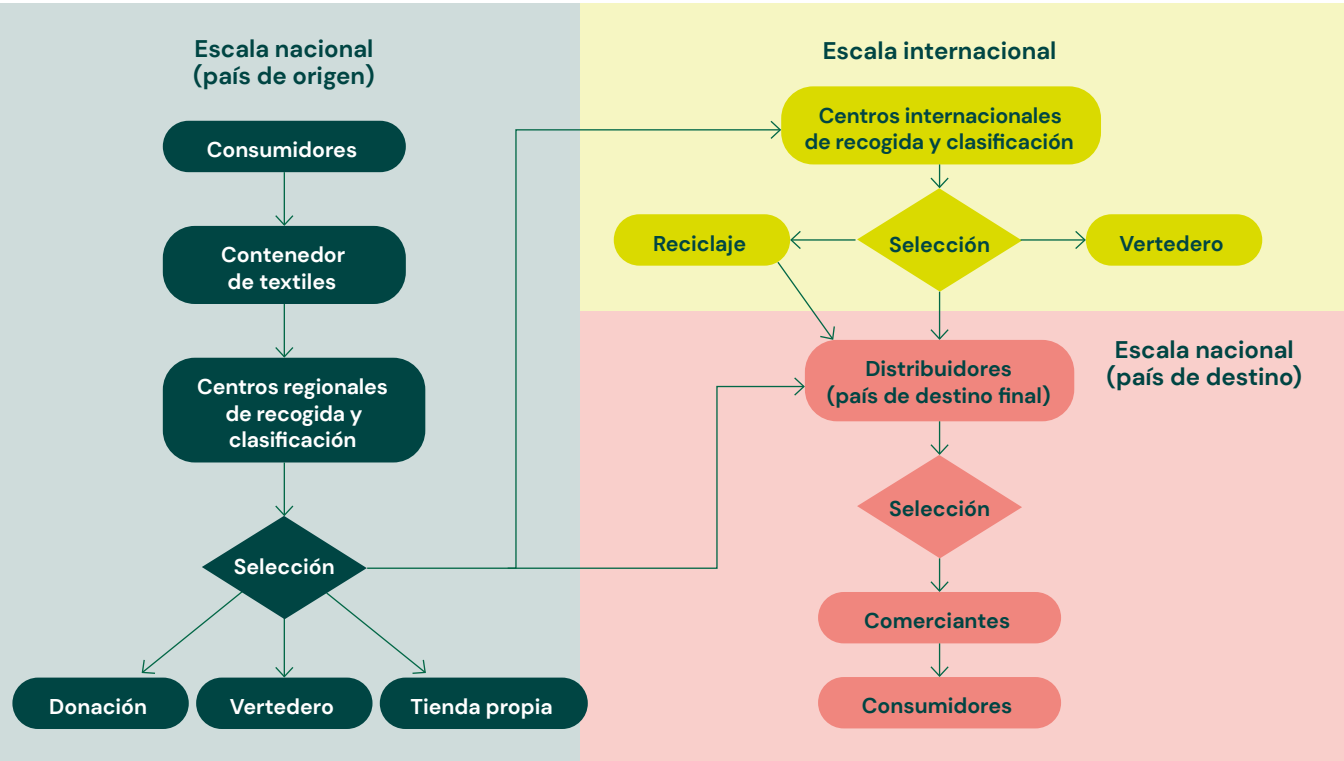


Tabla 2. Datos de exportación e importación de textiles usados de Portugal

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

Exportación				
	2003		2023	
	País	Cantidad (Kg)	País	Cantidad (Kg)
Los 10 principales países	Angola	488 653	Emiratos Árabes Unidos	7 584 480
	Guinea-Bisáu	270 150	Pakistán	5 073 693
	Túnez	188 541	Turquía	2 500 886
	Líbano	162 706	Congo	1 043 428
	Santo Tomé y Príncipe	51 973	Camerún	761 976
	EE. UU. (Estados Unidos)	50 731	Níger	638 567
	Camerún	49 896	India	513 003
	Canadá	23 810	Guinea-Bisáu	440 889
	Emiratos Árabes Unidos	14 120	Gambia	368 437
	Mozambique	9 873	Túnez	363 520
TOTAL (Kg)	1 348 580		21 706 436	

Importación				
	2003		2023	
	País	Cantidad (Kg)	País	Cantidad (Kg)
Los 10 principales países	EE. UU. (Estados Unidos)	159 959	España	5 963 260
	Canadá	64 777	Países Bajos	4 734 817
	Uganda	14 500	Francia	4 446 273
	Noruega	3 000	Bélgica	1 186 226
	Tailandia	1 580	EE. UU. (Estados Unidos)	558 761
	Suiza	1 151	Reino Unido	415 328
	Australia	811	Emiratos Árabes Unidos	199 745
	Japón	798	Canadá	185 416
	Bermudas	780	Brasil	147 428
	Sudáfrica	380	Italia	128 195
TOTAL (Kg)	259 608		18 447 766	



6. Pacas y Tianguis: la perspectiva desde México

En esta sección presentamos los resultados y consideraciones acerca de la venta de ropa de segunda mano en México. Partimos de fuentes secundarias para analizar los flujos de importación y exportación de este producto y recurrimos a fuentes primarias para comprender algunas de las dinámicas locales asociadas a los puntos de venta en este contexto geográfico. Se llevó a cabo trabajo de campo en enero de 2025, con observaciones *in situ* en diversos mercados públicos, denominados *tianguis*, entre ellos:

Tianguis Fray Servando y cerrada Chimalpopoca.

Es un *tianguis* emblemático de ropa de segunda mano ubicada en el Centro Histórico de la Ciudad de México (municipio de Cuauhtémoc). Se instala todos los días en la calle cerrada de Fray Servando, cerca de la Plaza Comercial Pino Suárez. Participan aproximadamente 60 vendedores de ropa usada proveniente de Estados Unidos.

Tianguis del Imán.

Es un *tianguis* ubicado en el sur de la Ciudad de México, muy cerca de la UNAM, en el municipio de Coyoacán. Se considera que está situado en un contexto de clase media y barrios populares, aunque recibe compradores que provienen principalmente del sur de la capital. Funciona los jueves, viernes, sábados y domingos. Participan aproximadamente 70 vendedores.

Tianguis El Rosario.

Está ubicada en el norte de la Ciudad de México, en el municipio de Azcapotzalco. Este *tianguis* se distingue por vender ropa nueva de saldos de marcas de lujo, imitaciones y ropa de segunda mano.

Tianguis de la San Felipe. Está situada en el norte de la Ciudad de México y es considerado el *tianguis* más grande de México y posiblemente del mundo. Se extiende entre avenidas y calles a lo largo de unos 15 kilómetros y se estima que cuenta con 60 mil puestos. Este *tianguis* tiene diferentes secciones de venta de productos variados, nuevos y usados, y una sección dedicada a la venta de ropa de segunda mano y tenis.

Figura 22. Entrada del mercado de San Felipe, Ciudad de México

Fuente: Autores (2025)



También se visitó el Tiangucci, que se ubica en un espacio fijo instalado en una bodega anteriormente utilizada para servicios de reparación automotriz y que funciona dos días al mes durante el fin de semana. Se trata de un modelo diferente de los *tianguis*, pues reúne a vendedores —muchos de los cuales son personas que venden ropa que ya no usan (venta de guardarropa)—. Los precios tienen un límite de 500 pesos mexicanos (unos 20 euros), y además existe una zona de artículos en promoción por 10 pesos mexicanos (aproximadamente medio euro).

Figura 23 y 24. Tiangucci, Ciudad de México

Fuente: Autores (2025)



Los espacios/puntos de venta deben ser alquilados por los vendedores a un costo elevado (750 pesos mexicanos por metro cuadrado por día). Este *tianguis* se ubica en un barrio de clase media “gentrificado”, llamado Colonia Roma, y es frecuentado por consumidores locales y turistas, muchos de los cuales buscan productos *vintage* y diseños alternativos.

En estos espacios comerciales se entrevistó a algunos comerciantes, con el objetivo de comprender la dinámica existente entre los diferentes actores, desde los abastecedores hasta el destino final: los consumidores.

La vitalidad de la Ciudad de México es muy expresiva. El comercio se practica de diferentes formas, situándose con frecuencia en una posición en la que la distinción entre lo formal y lo informal es difusa. Es decir, mientras el comercio realizado en los establecimientos sigue criterios de regulación y formalización, el comercio denominado ambulante, que abunda en las calles de la ciudad, presenta un grado relativo de informalidad. No es nuestro objetivo discutir la legalidad de estas formas de comercio. Lo presentamos aquí porque consideramos que la proliferación de este comercio ambulante constituye una expresión cultural de la población local. La ocupación del espacio público para la venta ambulante no es exclusiva de México ni de América Latina, región donde este tipo de comercio tiene un papel importante. Sin embargo, a diferencia de otros contextos geográficos, como el europeo, donde esta práctica comercial es vista como inferior y con frecuencia asociada a zonas turísticas, en la Ciudad de México en particular, y en México en un sentido más amplio, el comercio que se desarrolla fuera de las tiendas físicas está más orientado hacia la población local.

La organización del espacio parece cumplir con los principios de la autoorganización de la teoría de la complejidad, en la que, a pesar de que la intervención del sector público es reducida o inexistente, la distribución de los espacios comerciales se encuentra organizada.

Así, cuando emprendemos la elaboración del trabajo de campo en esta ciudad debemos hacerlo con las lentes de la geografía del lugar. Es decir, el comercio que se practica en las calles de la ciudad —por iniciativa particular, ocupando un espacio específico de determinada calle— y aquel que se desarrolla en los mercados y *tianguis*, que surgieron y siguen surgiendo de manera más o menos orgánica, desafían la formalidad existente en contextos como el europeo, donde la ocupación del espacio público obedece a criterios más rigurosos. No buscamos, sin embargo, establecer juicios de valor ni jerarquizar prácticas comerciales, sino reconocer que diferentes expresiones comerciales pueden ser igualmente válidas porque representan la identidad cultural del lugar donde se practican. En el contexto local, la ropa usada recibe la denominación de “*Paca*”, por lo que en el análisis que sigue optamos por mantenerla.

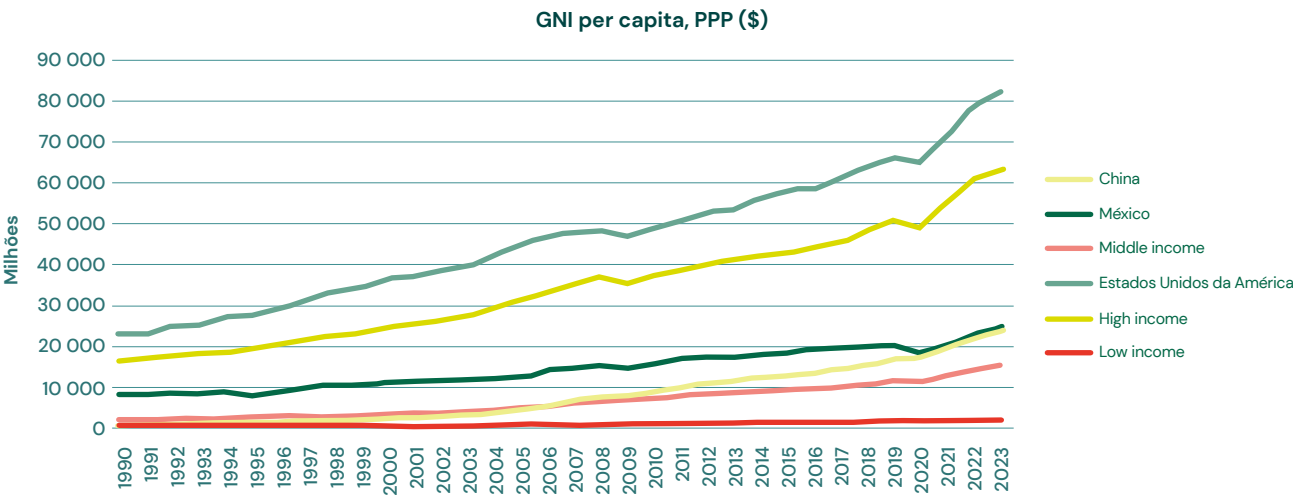
6.1. Contexto socioeconómico

Algunos estudios señalan una cierta diversidad de razones que explican el crecimiento del comercio de ropa de segunda mano, siendo el aumento de la producción de prendas a lo largo de las últimas décadas el principal factor que alimenta la circulación y el consumo de este tipo de vestuario. A este hecho se suma el argumento asociado a la mayor sostenibilidad que conlleva el consumo de ropa usada, del mismo modo que emergen como relevantes ciertos aspectos culturales, como el consumo de prendas consideradas *vintage* y valoradas precisamente por ello. No obstante, aunque reconocemos la existencia de diversos motivos que llevan al consumo de ropa de segunda mano, debemos asumir que son las razones de carácter económico las más decisivas en esta elección. En el caso de México, dos países destacan como los principa-

les exportadores de ropa de segunda mano: Estados Unidos de América y China. El primero de estos países ha tenido, a lo largo de los últimos 35 años, un ingreso per cápita considerablemente superior al de México. En 1990, el ingreso per cápita mexicano (8,360 \$) representaba poco más de 1/3 (35%) del estadounidense (23,650 \$), diferencia que se amplió hasta 2023. Entre 1990 y 2023, se produjo una divergencia, ya que el ingreso per cápita mexicano aumentó un 195,7%, mientras que el de Estados Unidos creció un 248%. De esta forma, en 2023, el ingreso per cápita de México equivalía al 30% del registrado en Estados Unidos. Sin embargo, como podemos observar en el gráfico a continuación, los valores de México lo sitúan por encima del promedio de los países de ingresos bajos y medianos.

Figura 25. Ingreso Nacional Bruto

Fuente: World Bank (2025) (nota: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.PP.CD>)



6.2. Las Pacas: procesos y dinámicas globales

Aunque el ingreso per cápita sitúa a México en una posición intermedia entre los países de menores y mayores ingresos, su relación de importación/exportación de textiles usados lo aproxima más a los países de menores ingresos. En 2003, México importó 1,300 toneladas de textiles usados, con una fuerte dependencia de Estados Unidos, responsable

del 97,8% del total de esas importaciones. A pesar de que existen registros de importaciones provenientes de unas dos decenas de otros países, esos flujos son significativamente reducidos, destacándose apenas la República de Corea, con 13,8 toneladas.

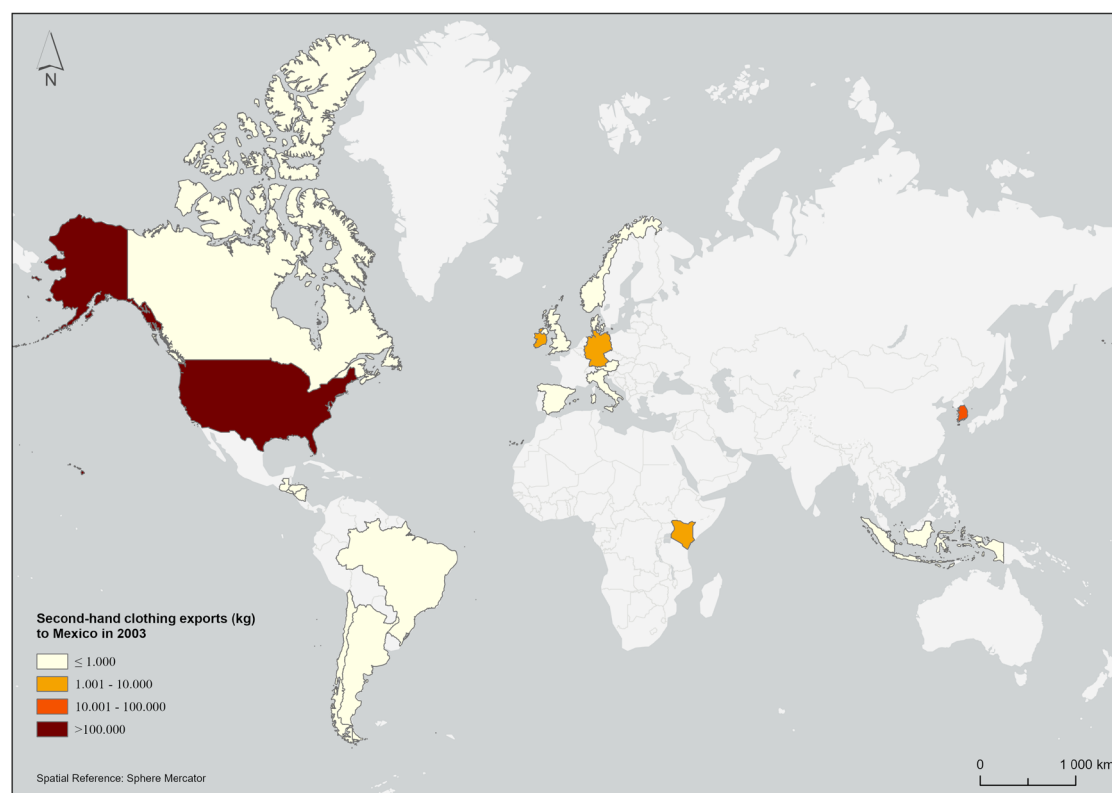


Figura 26.
Mapa de los países de origen de los textiles usados importados por México (2003), según las declaraciones del exportador.

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

En 2023, el volumen de textiles usados importados por México alcanzó más de 27 mil toneladas, lo que representa un incremento superior a 21 veces respecto al valor registrado en 2003. El crecimiento en el volumen es el principal factor que distingue estos dos años. Estados Unidos se mantiene

como el principal exportador, representando el 99% de las importaciones, un porcentaje aún mayor que en 2003. Además, se observa un aumento en el número de países que exportan textiles usados a México, lo que indica que la red de abastecimiento se ha fortalecido y diversificado.

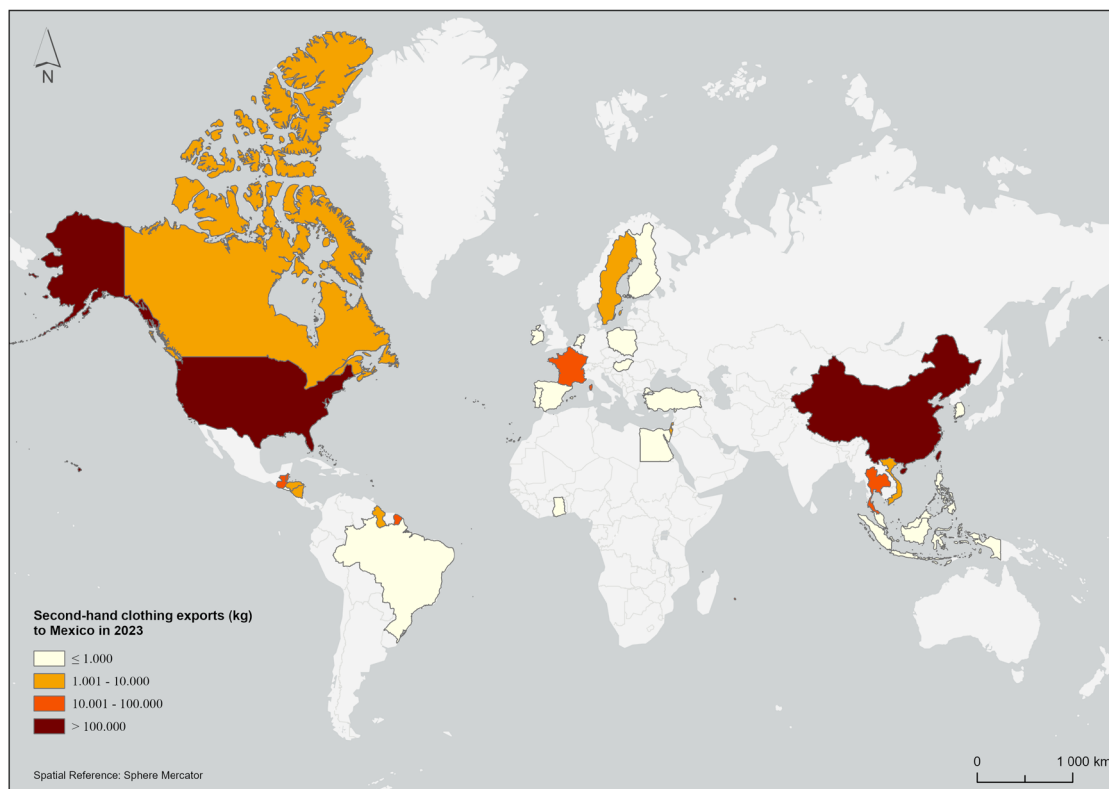


Figura 27.
Mapa de los países de origen de los textiles usados importados por México (2023), según las declaraciones del exportador.

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

6.3. Tianguis: procesos y dinámicas en la Ciudad de México

El *tianguis* es una modalidad de comercio minorista informal, caracterizada por la ausencia de espacios fijos y por la posibilidad de instalarse temporalmente en espacios públicos, calles y avenidas. El *tianguis* representa la forma más antigua de comercio en México y tiene su origen en las prácticas de trueque prehispánicas realizadas por los aztecas en lugares situados en lo que hoy es el centro histórico de la Ciudad de México (Plaza Mayor, La Lagunilla y Tlatelolco). Por ello, como una realidad histórica y culturalmente arraigada, sigue muy presente y constituye una forma ampliamente aceptada de comercio minorista.

Este tipo de comercio incluye concentraciones comerciales ubicadas principalmente en zonas densamente pobladas de barrios de ingresos bajos o medios, o en áreas urbanas recién-

temente creadas de la ciudad que aún no cuentan con infraestructuras comerciales (Gasca, 2015).

Debido a sus características específicas, los *tianguis* presentan una serie de ventajas en relación con otras formas de comercio con instalaciones fijas. Son gestionados por comerciantes ambulantes que se desplazan de manera continua o alternada a lo largo de los siete días de la semana por diferentes lugares. Esta movilidad les otorga gran proximidad a la demanda, así como flexibilidad para cubrir las necesidades de abastecimiento de productos alimentarios y no alimentarios en amplias zonas. Cada comerciante funciona como un pequeño negocio familiar, de autoempleo, garantizando ingresos suficientes para la subsistencia.

Estos mercados están controlados por líderes que organizan y regulan su funcionamiento, incluyendo la participación de los vendedores, las cuotas por la ocupación del espacio público, el pago de los servicios de limpieza, la distribución de los lugares, los horarios de funcionamiento y las medidas de seguridad e higiene, además de las negociaciones con las autoridades.

Los *tianguis* son negocios informales, ya que no pagan impuestos y presentan bajos costos operativos, lo que les permite mantener una rentabilidad y estabilidad relativas en comparación con los mercados públicos y otros establecimientos fijos. Actualmente, solo en la Ciudad de México existen 1,411 *tianguis*, dedicados principalmente a la venta de productos frescos, aunque recientemente se ha observado una tendencia creciente hacia la venta de productos no alimentarios especializados, como ropa nueva, imitaciones y ropa de segunda mano, calzado, productos eléctricos y electrónicos, artículos para el hogar y otros usados conocidos como “*chacharas*”.

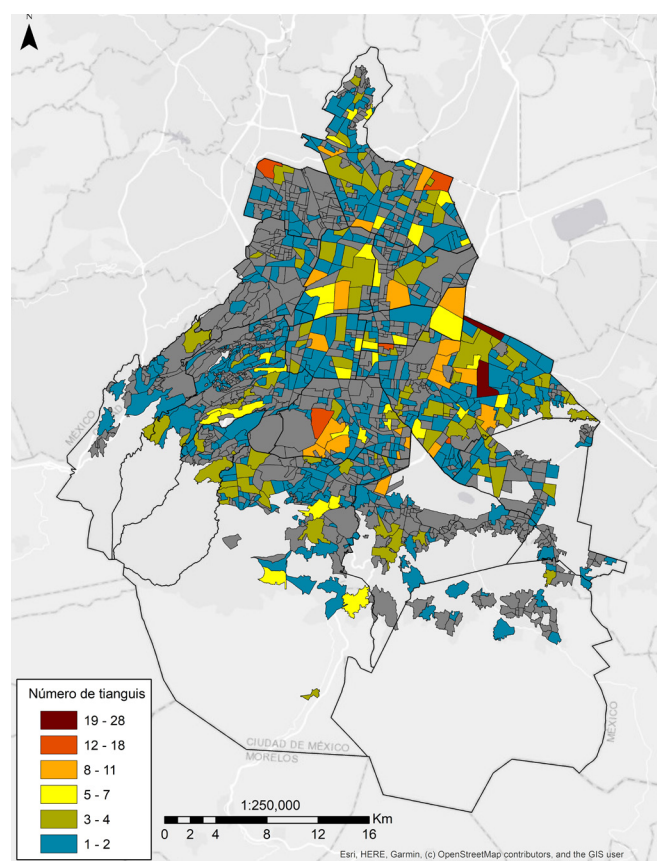
Otra forma de comercio bastante similar a los *tianguis* son los llamados “*mercados sobre ruedas*”. Este tipo de mercado también funciona en calles y avenidas. Aunque son bastante menos numerosos que los *tianguis*, los mercados sobre ruedas se distinguen por su tendencia a seguir rutas fijas a lo largo de la semana y por presentar un funcionamiento relativamente más formal. A diferencia de los *tianguis*, estos mercados son regulados y administrados por las autoridades locales.

Los *tianguis* y los mercados sobre ruedas han crecido en la ciudad en los últimos años, tanto en número como en tamaño, mediante concentraciones y distribuciones lineales en calles y avenidas. Solo en la Ciudad de México, estas dos formas de comercio representan 1,411 concentraciones minoristas que operan todos los días de la semana, aunque su actividad se intensifica los sábados y domingos. Se ubican predominantemente en municipios periféricos y densamente poblados de la Ciudad de México, como Iztapalapa y Gustavo A. Madero, que en conjunto concentran el 40% de los *tianguis* existentes. Naturalmente, las zonas centrales de la ciudad, con mayor presencia de mercados públicos y establecimientos fijos, cuentan con menos de estas concentraciones.

Los *tianguis* y los mercados tienen las raíces históricas más profundas y la adaptación cultural más completa a las formas de consumo mexicanas, habiendo servido, en distintos grados, como la principal vía de abastecimiento de alimentos y otros productos para los habitantes de la Ciudad de México. Sin embargo, han crecido y se han expandido a ritmos diferentes en las últimas dos décadas, influyendo en la reestructuración de los espacios comerciales y de las prácticas de consumo en la ciudad en su conjunto.

Figura 28. *Tianguis en la Ciudad de México*

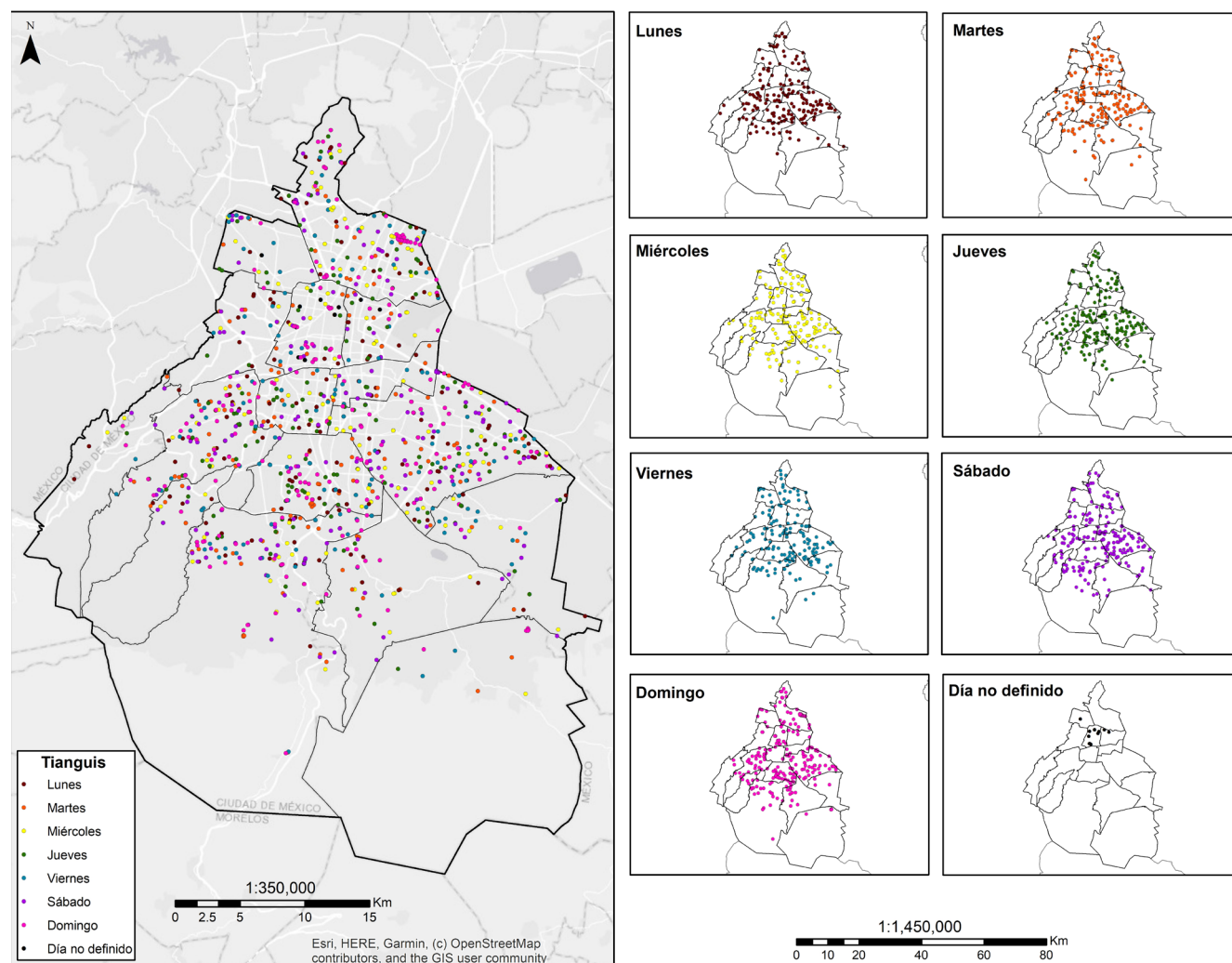
Fuente: Autores (2025)



Aunque la ropa de segunda mano ocupa una posición destacada, no es el único producto transaccionado en los *tianguis*. De hecho, en estos espacios comerciales se encuentra con frecuencia una diversidad significativa de oferta que incluye productos alimentarios frescos, puestos de comida, artículos para el hogar, entre muchos otros productos. Tal como se mencionó anteriormente, por un lado, esta diversidad comercial acerca a los *tianguis* a las ferias que tienen lugar en contextos europeos. Sin embargo, por otro lado, poseen una temporalidad distinta, en la medida en que todos los días de la semana hay comerciantes trabajando en los diversos *tianguis* de la ciudad, lo que otorga un carácter de permanencia a este tipo de espacio comercial.

Figura 29. *Tianguis* en la Ciudad de México

Fuente: Autores (2025)



Estos espacios comerciales, como cualquier otro formato comercial, están sujetos a fluctuaciones que pueden llevar al cese de la actividad o a su reubicación. En uno de los lugares visitados, se nos indicó que la actividad comercial allí presente resultó del cierre de un antiguo espacio en el que se encontraban los comerciantes actuales.

6.4. Tianguis: dinámicas de venta

La apariencia algo desorganizada del lugar de venta en los *tianguis* se asemeja a la que se observa en cualquier feria tradicional en otros países. La ropa de *paca* de calidad intermedia o inferior se presenta en montones, lo que obliga al consumidor a buscar cuidadosamente entre las piezas. La ropa de mejor calidad suele colgarse por separado, pudiendo confundirse con la ropa nueva, que se exhibe de manera similar.

La ropa adquirida corresponde a diferentes tipologías —a veces combinadas— como: ropa de niño, de bebé, de mujer, de hombre, abrigos, ropa mixta y productos para el hogar. Sin embargo, esta categorización parece responder a criterios algo amplios, ya que algunos comerciantes mencionaron haber encontrado productos muy distintos, como *tablets*, mezclados en los montones de ropa.

La adquisición de los paquetes de ropa usada se realiza con una cierta periodicidad. Todos los entrevistados indicaron que compran ropa de manera mensual o bimestral. Las variaciones siguen lógicas semejantes a las del comercio tradicional, observándose, por ejemplo, un refuerzo de las compras en periodos festivos como la Navidad.

Todos los comerciantes contactados afirmaron que no hay desperdicio de ropa. No se reportó la recepción de piezas dañadas, al menos no en cantidades consideradas relevantes. También se señaló que el desperdicio de vestuario no vendido es poco significativo. A ello contribuye la práctica de ajustar los precios de los productos no solo en función de su calidad, sino también del tiempo de permanencia en el punto de venta. Es decir, después de cierto período, los precios se reducen a valores muy bajos, lo que incentiva la compra por parte de los consumidores.

Figura 31. Espacio de venta en un *tianguis*, Ciudad de México

Fuente: Autores (2025)



Figura 30. Espacio de venta en el Tiangucci, Ciudad de México

Fuente: Autores (2025)



La ropa comercializada por los abastecedores se clasifica en distintas categorías de calidad, correspondiendo los productos de mejor calidad a un precio de adquisición (para el abastecedor) y de venta (para el consumidor) más alto. Se nos transmitió información diferente respecto a los niveles existentes: en un caso, se mencionaron 4 niveles de calidad y, en otro, 3 niveles. En este último caso, el precio de adquisición de los paquetes de ropa varía entre: 20,000–23,000 pesos mexicanos (~910–1047 €: mayor calidad); 12,000–15,000 pesos mexicanos (546–683 €: calidad intermedia); 10,000–12,000 pesos mexicanos (455–546 €: menor calidad). Cada paquete de ropa pesa aproximadamente 155 kg, lo que equivale a unas 350 a 400 prendas de adulto, o alrededor de 600 prendas de bebé. Sin embargo, al igual que los niveles de calidad son diferenciados, otros elementos también varían según los agentes involucrados. Por ejemplo, algunos comerciantes nos informaron de lotes de ropa con un peso aproximado de 454 kg, en contraste con los paquetes de 155 kg mencionados anteriormente.

6.5. Tianguis: estructura de abastecimiento

Tal como se señaló anteriormente, Estados Unidos de América constituye el principal proveedor de ropa usada para México. Dado que ambos países comparten una extensa frontera y, según las entrevistas realizadas, una parte sustancial de los productos recibidos por los comerciantes en los *tianguis* llega por vía terrestre.

De forma general, la logística comercial, una vez que la mercancía entra en territorio mexicano, está estructurada en tres niveles: Importadores mayoristas, que adquieren los fardos completos en la frontera; Intermediarios regionales, que fraccionan y redistribuyen la mercancía; e vendedores finales, presentes en *tianguis* y mercados locales. Este modelo configura un sistema altamente flexible y adaptable a las condiciones de la demanda local, pero que al mismo tiempo se desarrolla en un contexto de informalidad, dentro de una red compleja de actores y de condiciones institucionales poco claras. Asimismo, resultó evidente que la actual red de abastecimiento y distribución es fruto de un proceso evolutivo de consolidación de estas estructuras a lo largo del tiempo. Los comerciantes relataron que sus vínculos con los proveedores ubicados en EE. UU., así como con los distribuidores responsables del transporte de la ropa hasta los puntos de recepción en la Ciudad de México, ya se encuentran estabilizados. En este contexto, destacan ciudades como Tijuana, Ciudad Juárez y Nuevo Laredo, entre otras, que, debido a su posición fronteriza, se han consolidado como importantes centros de intermediación comercial para la venta al por mayor de este tipo de producto. Una simple búsqueda en línea confirma la existencia de varias empresas y canales de venta de ropa de *paca* a lo largo de la frontera. En esos casos, el proceso de selección de la ropa ocurre en los almacenes de los mayoristas. Los comerciantes actúan de formas distintas en este punto: algunos se desplazan personalmente a esos almacenes para participar en la selección de las piezas que adquieren; otros optan por establecer contacto telefónico, encargando los productos con base en categorías previamente definidas.

La ubicación de estas empresas mayoristas de textiles usados presenta paralelismos con lo que se observa en otros sectores, como el de las fábricas conocidas como maquiladoras. Sin embargo, a diferencia de estas últimas —cuyos productos manufacturados se envían a Estados Unidos—, en el sector de los textiles usados el flujo es inverso, con los productos siendo dirigidos hacia México.

Además de este modelo de abastecimiento, centrado en la compra a empresas mayoristas, también hay evidencias de la

existencia de canales más directos, en los cuales los comerciantes de los *tianguis* se abastecen directamente en Estados Unidos. En estos casos, recurren a los servicios de intermediarios, responsables de la prospección y selección de los productos, que posteriormente son enviados a México.

Un último eslabón que importa destacar en la cadena de abastecimiento es la necesidad de espacios locales de almacenamiento, cuya ubicación debe ser al mismo tiempo cercana al lugar de venta, de fácil acceso y de bajo costo. Estos espacios de almacenamiento funcionan tanto como lugares de uso cotidiano donde guardar el producto a comercializar al final de la jornada, como también como espacios de recepción y resguardo cuando llega el gran volumen de *pacas* importadas. De forma complementaria, es importante destacar que las cadenas de abastecimiento se rigen, en gran medida, por principios de confianza y conocimiento mutuo entre los participantes. Por ejemplo, dado que un pedido puede representar una inversión financiera significativa para el comerciante, es común la práctica de pagos en parcialidades. Esta modalidad de pago solo es posible gracias a la relación de confianza establecida entre los integrantes de la red de abastecimiento.

Figura 32. Ropa de segunda mano embalada en un *tianguis*, Ciudad de México

Fuente: Autores (2025)





7. Xicalamidade: la perspectiva desde Mozambique

En esta sección presentamos los resultados del trabajo de campo desarrollado en marzo de 2025 en la ciudad de Maputo, Mozambique. La información fue recogida de diferentes formas y fuentes:

- Entrevista en grupo a cinco comerciantes de ropa usada. Esta entrevista se realizó en el campus de la Universidad Eduardo Mondlane.
- Entrevista a una comerciante de ropa usada
- Entrevista a una asociación de reciclaje
- Entrevista a la ADPP
- 153 encuestas a vendedores de ropa de segunda mano en mercados de Maputo

7.1. Xicalamidade. Origen del término

Xicalamidade es la designación, en la lengua xiChangana o Changana (Ngunga y Simbine, 2012; Langa, 2021) —una de las lenguas nacionales habladas en las provincias de Gaza y Maputo, en el sur de Mozambique— atribuida a la ropa de segunda mano, generalmente vendida a los comerciantes en fardos. En Mozambique, quienes actualmente buscan prendas únicas y, en ocasiones, de marcas reconocidas internacionalmente, han recurrido al mercado de la *xicalamidade*. Según los lingüistas mencionados, el prefijo “xi” es un marcador que indica lengua o idioma, pudiendo utilizarse para formar el nombre de varias lenguas. Sin embargo, también puede iniciar sustantivos, como en el caso de calamidad. Así, *xicalamidade* significa literalmente “cosa de calamidad”. No se encontraron estudios empíricos sobre las *xicalamidades*; sin embargo, a través de experiencias personales y porque algunos de los autores de este informe han acompañado la evolución de la situación, siendo además hablantes de la lengua xiChangana, este conocimiento sirve como fuente de fundamentación del origen del término *xicalamidade*. Así, *xicalamidade* se refiere a ropa vendida en el comercio informal a precios generalmente

bajos. Estas prendas se comercializan al aire libre en espacios conocidos como *boutique dzudzela* (sacudir) y en boutiques convencionales. La ropa ha pasado por un tratamiento especializado de lavandería, sastrería o costura para remiendo, colocación de nuevos botones, cierres, dobladillos o apliques, con el objetivo de conferirles un mayor valor comercial. Estas prendas empezaron a ser conocidas desde principios de la década de 1980, a raíz de las grandes inundaciones en el sur de Mozambique, donde la población lo perdió todo. Como resultado del llamado del Gobierno de Mozambique y de la Cruz Roja de Mozambique, se pusieron en marcha mecanismos de movilización de ayuda externa para minimizar el sufrimiento de la población víctima de las inundaciones. Por otro lado, las donaciones de ropa no solo servían para las personas víctimas de las calamidades naturales, sino también para quienes huían de la Guerra de los 16 años, que estalló en 1976 y terminó con la firma del Acuerdo de Paz en 1992. Inicialmente eran prendas destinadas a las víctimas de calamidades naturales, pero con el tiempo terminaron siendo vendidas a las personas que deberían haberlas recibido de manera gratuita.

7.2. XiCalamidade: procesos y dinámicas globales

Mozambique se caracteriza por ser un país esencialmente importador de textiles usados, con poca expresión en términos de exportación. Desde principios de siglo, se han observado dos cambios relevantes en este patrón. El primer cambio está relacionado con el volumen de exportaciones destinadas a Mozambique. En 2003, los países exportadores reportaron un volumen ligeramente superior a cinco mil toneladas; en 2023, ese valor casi se triplicó, superando las quince mil toneladas. El segundo cambio está relacionado con el hecho de que este aumento se debe a un mayor volumen exportado por cada país, y no al incremento en el número de países exportadores — que, en realidad, disminuyó, pasando de 37 en 2003 a 36 en 2023. En 2003, solo dos países —Estados Unidos de América y Canadá— exportaron más de mil toneladas de textiles usados a Mozambique. En 2023, ese número ascendió a cuatro

países: Suiza, Pakistán, China y Emiratos Árabes Unidos. Se destaca el caso de los Emiratos Árabes Unidos, cuyo volumen de exportaciones en 2023 (6,5 mil toneladas) fue, por sí solo, superior al total exportado por todos los países en 2003, representando en 2023 más del 40% de las exportaciones totales de textiles usados con destino a Mozambique. En 2023, quince países exportaron más de cien toneladas a Mozambique, mientras que en 2003 ese número era de solo nueve. Estos datos indican no solo un aumento significativo en el volumen de textiles usados importados por Mozambique, sino también una mayor diversificación de su origen, lo que se traduce en una red de abastecimiento más compleja. Países como Emiratos Árabes Unidos, China y Pakistán se consolidan actualmente como los principales exportadores hacia Mozambique, aunque su volumen exportado en 2003 era prácticamente residual.

Figura 33. Mapa de los países de origen de los textiles usados importados por Mozambique (2003), según las declaraciones del importador.

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)

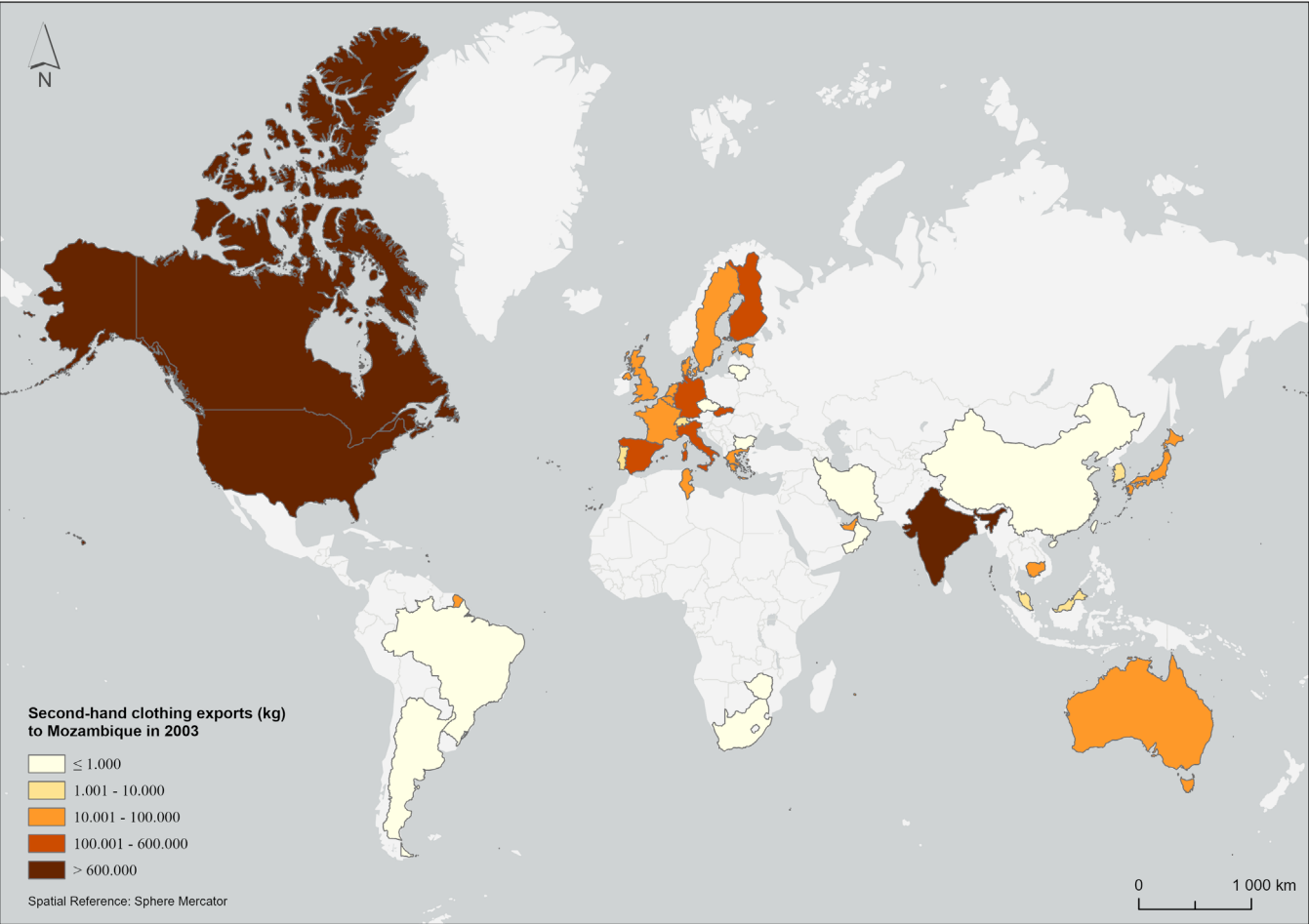
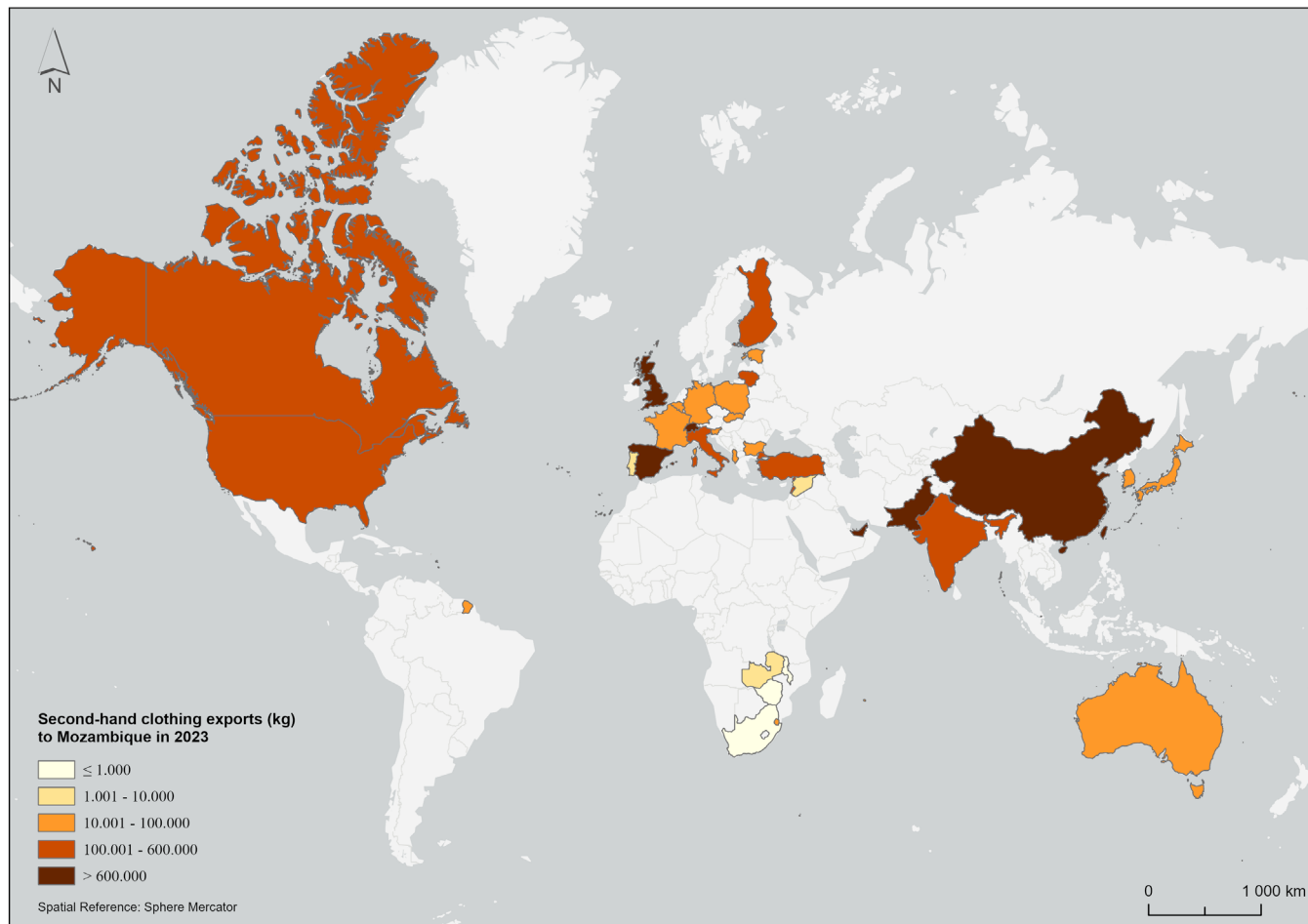


Figura 34. Mapa de los países de origen de los textiles usados importados por Mozambique (2023), según las declaraciones del importador.

Fuente: Autores, con base en datos de COMTRADE (2025)



7.3. Caracterización de los vendedores

La mayoría de los vendedores entrevistados tiene menos de 40 años. Cerca de dos tercios son mujeres, siendo que una parte de los vendedores hombres desarrolla la actividad en articulación con miembros femeninos de la familia. También se observa cierta antigüedad en la profesión, ya que la mitad de los entrevistados trabaja en este sector desde hace más de seis años. La gran mayoría actúa por cuenta propia o integrada en una estructura familiar, lo que se alinea con el hecho de que parte de la motivación para esta actividad está relacionada con el deseo de tener un negocio propio, algo que esta profesión posibilita.

Una parte significativa de estas mujeres estaba desempleada cuando comenzó a vender ropa, habiendo sido motivada a iniciar su negocio por la necesidad de sostener económicamente a su familia. Cabe señalar además que las entrevistadas venden ropa en espacios comerciales de naturaleza variada. Es decir, no solo actúan en mercados de diferentes tipos y dimensiones, sino que también hay quienes optan por realizar las ventas desde su propia casa, siendo la comodidad señalada como la principal ventaja de esta opción. Una entrevistada también mencionó que vende en espacios específicos como escuelas y en su iglesia.

Edad									
18 – 29		30 –39		40 –49		>= 50		ns/nr	
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
49	32,03	36	23,53	42	27,45	24	15,69	2	1,31
Sexo									
Femenino				Masculino				ns/nr	
Total		%		Total	%		Total	%	
101		66,01		49	32,03		3	1,96	
Años de actividad									
Menos de 1 año		1 a 3 años		4 a 6 años				Más de 6 años	
Total	%	Total	%	Total	%		Total	%	
5	3,27	35	22,88	35	22,88		78	50,98	
Estructura empresarial									
Individual		Familiar		Asociación con terceros				ns/nr	
Total	%	Total	%	Total	%		Total	%	
116	75,82	29	18,95	7	4,58		1	0,65	
Fuente de ingreso									
Fuente menor de ingreso		Fuente parcial de ingreso				Única fuente de ingreso			
Total	%	Total	%		Total			%	
3	1,96	33	21,57		117			76,47	

Tabla 3.
Caracterización
de los vendedores
de ropa de
segunda mano

Fuente: Autores (2025)

7.4. Logística de adquisición de la ropa

La ropa de segunda mano distribuida en Mozambique —denominada *xicalamidade*— llega al país a través de varias entidades con centros de distribución propios. Esta ropa se comercializa, por lo general, en fardos de 45 kg, preparados a partir de fardos mayores, de unos 500 kg, importados del extranjero. Los centros de distribución se encargan de dividir los fardos grandes y vender los de 45 kg mediante puestos de reventa local, que corresponden al 81% del canal de venta utilizado por los comerciantes para adquirir estos productos. Además, asociaciones como la ADPP mantienen tiendas propias de venta de ropa de segunda mano, donde comerciantes de menor escala adquieren prendas o pequeños lotes para su reventa. El precio de los fardos varía según el tipo de ropa que contienen (por ejemplo, ropa de verano, de invierno, infantil, etc.) y de acuerdo con la demanda existente en el momento. En períodos de alta demanda y baja oferta, los precios tienden a subir; por otro lado, cuando las distribuidoras necesitan dar salida al stock, es común que apliquen descuentos significativos.

La periodicidad con la que se adquieren nuevos fardos de ropa depende, en gran medida, del punto de equilibrio financiero. Según relataron las entrevistadas, el cálculo de ese punto de equilibrio considera no solo el retorno de la inversión hecha en la compra del fardo, sino también los gastos diarios, muchos de los cuales no están directamente relacionados con el negocio. Sin embargo, se enfatizó que el objetivo principal no es la acumulación de capital para la expansión de la actividad comercial, sino la obtención de un ingreso suficiente para cubrir tanto los costos del negocio como los gastos personales, lo que ayuda a explicar que el costo de adquisición de los lotes de ropa haya sido señalado como la principal dificultad que atraviesan los comerciantes.

Frecuentemente, los comerciantes con mayor capacidad de inversión compran fardos directamente en los centros de dis-

tribución y venden la ropa contenida en ellos hasta alcanzar un nivel de ganancia considerado satisfactorio por fardo. Una vez logrado ese beneficio, suelen revender la ropa restante a precios más bajos a otros comerciantes con menor disponibilidad financiera, conocidos localmente como “*lojinhas*”. Estos pequeños comerciantes, a su vez, venden los productos adquiridos en mercados especializados, en puestos informales o incluso mediante un sistema puerta a puerta, normalmente en cantidades reducidas y a precios más accesibles. En algunos casos, los propios comerciantes de “*lojinhas*” también revenden las prendas sobrantes a otros vendedores con aún menor capacidad financiera, creando así una cadena informal de redistribución.

El ecosistema de la ropa de segunda mano se extiende más allá de las redes comerciales formales e informales con los consumidores. Por un lado, existen empresas que compran fardos específicamente para la producción de trapos, utilizados en diferentes ramas de la industria. Los propios comerciantes, cuando no logran dar salida a ciertas prendas, también recurren a la venta como trapos para talleres, garajes y otras pequeñas industrias. Aunque aparentemente residual, también hay comerciantes que venden prendas consideradas inviables a costureras, quienes las reparan, transforman y revenden. Además, se observa el reaprovechamiento creativo de tejidos por parte de artistas y artesanos, como por ejemplo en la creación de lienzos para arte visual. Asimismo, un 10% de los encuestados reportó la práctica de donación a instituciones de caridad locales. Sin embargo, no todo el destino final de la ropa no vendida es positivo. Se informó de la práctica de abandono y desecho de prendas en espacios urbanos, incluido el vertido directo en flujos de agua, lo que ha contribuido al incremento de residuos en los manglares de la franja costera de algunas ciudades.

Tabla 4. Características de la logística de adquisición de la ropa de segunda mano

Fuente: Autores (2025)

Dónde y cómo adquiere la ropa que comercializa?											
Compra en mercados mayoristas locales		Reventa local				Mixto		ns/nr			
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%		
24	15,69	124	81,05	4	2,61			1	0,65		
Frecuencia de adquisición de nueva mercancía											
Semanalmente		Quincenalmente				Mensualmente		Cada dos meses o más			
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%		
1	0,65	17	11,11	75	49,02	60	39,22				
Criterio de selección											
Estado de conservación de la ropa		Marca y calidad de la tela		Pedidos de los clientes		Precio accesible		Tendências de la moda		ns/nr	
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
16	10,46	99	64,71	1	0,65	13	8,50	22	14,38	3	1,96
Dificultades para obtener la mercancía											
Altos costos de adquisición		Competencia con otros vendedores			Dificultad de transporte			Otros		ns/nr	
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
108	70,59	22	14,38	20	13,07	2	1,31	1	0,65		
Realiza algún tipo de higienización o reparación de las prendas antes de venderlas?											
No		Sí, pequeños arreglos		Sí, lavado		Sí, no especificado			ns/nr		
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%		
121	79,08	18	11,76	11	7,19	2	1,31	1	0,65		
La mercancía adquirida presenta un nivel significativo de piezas inutilizables?											
No		Sí, frecuentemente				Sí, más raramente			ns/nr		
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%		
51	33,33	16	10,46	85	55,56	1	0,65				
Destino de las prendas de ropa que no vende											
NA (vende tudo)		Revendo a precio reducido		Dono a instituciones		Guardo para futuras venta		Descarte		ns/nr	
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
5	3,27	115	75,16	16	10,46	3	1,96	11	7,19	3	1,96

7.5. Caracterización del negocio y del cliente

La mayoría de los comerciantes vende ropa de todo tipo y para ambos géneros, incluyendo también otros textiles como telas, cobijas o alfombras. Solo una minoría se especializa en categorías específicas de vestimenta. Las ventas se realizan principalmente en mercados especializados urbanos o mediante el modelo puerta a puerta dentro de las comunidades. Algunos comerciantes han desarrollado carteras de clientes regulares y buscan productos de acuerdo con las necesidades y preferencias de esos clientes.

La compra de ropa de segunda mano es una práctica generalizada tanto entre la clase media como entre los grupos más vulnerables económicamente. Para los clientes de clase media, la llamada “ropa de calamidad” representa una oportunidad de acceso a ropa “a la moda”, es decir, prendas que siguen las tendencias actuales o que pertenecen a marcas reconocidas —muchas veces inaccesibles en el mercado tradicional debido al alto precio de los productos nuevos—. Estos consumidores pueden así combinar la compra en tiendas tradicionales con la adquisición de ropa usada, según sus preferencias y presupuesto. En cambio, entre los consumidores más vulnerables, la ropa de segunda mano constituye, en la mayoría de los casos, la única forma de acceso a la vestimenta. Sin esa alternativa, muchos no tendrían condiciones financieras para adquirir ropa, lo que refuerza el papel social de la red de distribución de textiles usados en Mozambique.

A pesar de la creciente relevancia económica y social del comercio de ropa de segunda mano, este negocio implica riesgos considerables. En primer lugar, para los comerciantes, la compra de un fardo de ropa representa siempre un riesgo, ya que resulta difícil identificar el verdadero origen de los productos. Aunque los fardos están etiquetados con una indicación geográfica y el tipo de ropa, esa indicación se refiere frecuentemente al lugar de embalaje y no al lugar de recolección. Esta distinción es relevante porque el fardo puede contener ropa proveniente de varios países, incluyendo naciones europeas y asiáticas. Así, los comerciantes solo conocen el verdadero origen de la ropa después de abrir el fardo, lo que conlleva riesgos, pues no toda la ropa es comercializable. Por ejemplo, la ropa proveniente del norte de Europa suele ser demasiado abrigada para el clima de Mozambique, y las prendas de algunos países asiáticos tienden a tener tallas muy pequeñas para los consumidores locales. Además, dado que el precio del fardo varía según el tipo de

ropa y la demanda, los comerciantes no tienen ninguna garantía respecto a la calidad del contenido —que puede oscilar entre ropa de buena calidad y prendas muy gastadas, que se deshacen con facilidad (conocidas entre los comerciantes como “harina”, precisamente por esa fragilidad). Por otro lado, la gestión de la ropa de segunda mano también conlleva un conjunto de riesgos. Muchos comerciantes almacenan la mercancía en su casa, al no tener acceso a espacios de almacenamiento adecuados. Aunque existen almacenes en las cercanías de los principales mercados de Maputo, estos no son accesibles para todos, ya sea por su ubicación o por el alto costo del alquiler. Además, dichos espacios generalmente no ofrecen seguro contra robo o incendio —incidentes que, según los comerciantes, ocurren con cierta frecuencia. También se reportan pérdidas ocasionales derivadas de hurtos en los propios mercados especializados.

La variación de los precios de adquisición de los lotes de ropa se refleja en los precios practicados a los consumidores finales, con un 87,6% de los comerciantes confirmando esa correlación. Del total de encuestados, cerca de una cuarta parte (24,8%) reportó una facturación mensual inferior a 5.000 meticales —el equivalente a aproximadamente 77% del salario mínimo nacional—, mientras que alrededor de dos quintos (43%) indicaron facturar entre 5.000 y 10.000 meticales mensuales (entre 77% y 153% del salario mínimo). Estos datos revelan cierta fragilidad financiera entre una parte significativa de los vendedores de ropa de segunda mano. Aun así, un 94,8% de los encuestados considera que su negocio es económicamente sostenible. A pesar de la centralidad de mercados físicos como los de Xipamanine y Xiquelene, la venta digital de ropa de calamidad también se destaca: cerca del 30% de los vendedores afirmaron utilizar WhatsApp como canal de ventas, siendo esta la plataforma digital más común. En cuanto a los medios de pago, más del 90% de los comerciantes señalaron aceptar pagos electrónicos, a través de plataformas como M-Pesa, E-Mola o mediante terminales POS.

Tabla 5. Caracterización del negocio y del cliente

Fuente: Autores (2025)

Variación de precios a lo largo del año									
No		Sí, en función de la estación del año				ns/nr			
Total	%	Total		%		Total	%		
15	9,80	134		87,58		4	2,61		
Promedio de facturación mensual									
◁5000_mzn (+–68€)		5001 – 10.000 MZN (+– 68€ – 136€)		10.001 – 30.000 MZN (136€ – 406€)		30.001 – 50.000 MZN (+– 406€ – 677€)		> 50.000 MZN (+– > 677€)	
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
38	24,84	66	43,14	44	28,76	4	2,61	1	0,65
Sostenibilidad financiera del negocio									
Sí					No				
Total		%			Total		%		
145		94,77			8		5,23		
Uso de medios digitales para la venta de ropa									
Sí, facebook		Sí, whatsapp		Sí, Instagram		No		ns/nr	
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
8	5,23	45	29,41	3	1,96	96	62,75	1	0,65
Pagos por medios electrónicos (M-Pesa, e-Mola, POS)									
Sí			No			ns/nr			
Total	%		Total	%		Total		%	
141	92,16		7	4,58		5		3,27	
Posibilidad de expansión del negocio									
Sí, online		Sí, espacios físicos			Indeciso			No	
Total	%	Total		%	Total	%		Total	%
25	16,34	54		35,29	48	31,37		26	16,99
Público objetivo									
Niños y adolescentes		Jóvenes adultos (18–35 años)			Adultos mayores de 35 años			Todos los grupos	
Total	%	Total	%		Total	%		Total	%
26	16,99	26	16,99		20	13,07		81	52,94
Factores relevantes para el cliente									
Calidad del tejido		Estilo y tendencia		Precio accesible		Marca del producto		ns/nr	
Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
2	1,31	14	9,15	135	88,24	1	0,65	1	0,65
Existencia de negociación de precios entre clientes y comerciantes									
No		Sí, frecuentemente			Sí, más poco frecuente			ns/nr	
Total	%	Total	%		Total	%		Total	%
10	6,54	51	33,33		90	58,82		2	1,31

8. Conclusiones

Desde que el concepto de sostenibilidad fue articulado con los principios del desarrollo en el Informe Brundtland, ha venido asumiendo un papel cada vez más central en las políticas y en los discursos de la sociedad contemporánea. Sin embargo, de manera paradójica, los patrones de consumo de una parte significativa de la población mundial continúan comprometiendo la sostenibilidad de los recursos naturales, cuya explotación ocurre a ritmos insostenibles, ejerciendo al mismo tiempo una presión creciente sobre los sistemas de gestión de residuos. El sector de la vestimenta y de los textiles constituye un ejemplo paradigmático de esta contradicción. Los actuales niveles de producción y consumo son excesivos, poniendo en entredicho tanto la capacidad de regeneración de los recursos naturales como la eficacia de los sistemas de gestión de los residuos generados en la fase posconsumo de estos productos.

Circularidad en el sector textil: implicaciones para la sostenibilidad

La inserción de estos productos en circuitos de economía circular busca aliviar la presión ambiental asociada con el sector del vestuario y de los textiles. Se estima que su reutilización puede reducir la demanda y la extracción de materias primas, así como retrasar su ingreso en los respectivos sistemas de gestión de residuos. Sin embargo, los modelos de economía circular aplicados al vestuario —como el fomento del mercado de ropa de segunda mano—, aunque contribuyen a prolongar la vida útil de las prendas y a disminuir el consumo de recursos, revelan límites estructurales y contradicciones que impiden considerarlos como soluciones definitivas.

En primer lugar, es importante destacar el difícil equilibrio entre la relevancia económica del sector textil y su impacto ambiental. De hecho, a pesar de su dinamismo económico y de su capacidad para generar empleo, la industria textil y de la confección constituye una de las actividades más nocivas para el medio ambiente, tanto de manera directa como indirecta, debido al elevado volumen de emisiones contaminantes, al consumo intensivo de agua y a la producción masiva de residuos textiles. En este contexto, las estrategias de sostenibilidad, como las promovidas en la Agenda 2030 y en el marco de la economía circular, representan intentos relevantes de transformar las prácticas productivas y de consumo del sector textil, pero siguen siendo limitadas en sus efectos.

En segundo lugar, sobresale el papel desigual que desempeñan los distintos países en la circulación global de vestuario y textiles de segunda mano. El papel “emisor”, característico del Norte Global, contrasta con el papel “receptor”, asumido por los países del Sur Global. Esta relación, lejos de ser meramente dialéctica, refleja y profundiza desigualdades estructurales entre naciones.

La persistente asimetría entre emisores y receptores revela una lógica de apropiación ambiental y económica, en la cual los residuos textiles del Norte Global se convierten en una carga para los países del Sur Global. Esta transferencia de externalidades negativas cuestiona las narrativas en torno a la moda circular y a la reutilización de vestuario como vías hacia la sostenibilidad.

Un aspecto central se relaciona con los volúmenes elevados de vestuario y textiles que circulan a escala global. Su incorporación en modelos de economía circular tiende a disimular los impactos sociales, económicos y ambientales asociados con su producción y descarte. De hecho, la prolongación del ciclo de vida de los productos que se observa en México y en Mozambique coincide con lo discutido por Pretner et al. (2021), respecto a que la circularidad del sector textil pasa por otorgar nuevos usos a este tipo de productos y promover su reutilización (Persson y Hinton, 2023). El nuevo uso que puede darse a los textiles puede consistir en su reutilización, ya sea de manera directa para el consumo final o como materia prima para la creación de nuevos productos —por ejemplo, a través del trabajo de costureras y artesanas locales, lo que estimula la economía de las comunidades—, o en su inserción en procesos de reciclaje (Muñoz, 2023). A pesar de la relevancia de la circularidad en el sector textil, resulta fundamental discutir mecanismos y políticas que promuevan una reducción efectiva en los niveles de producción y consumo, lo que permitiría disminuir la presión sobre los sistemas de gestión de residuos —tanto en el Norte como en el Sur Global—, considerando que en este último dichos sistemas suelen ser más frágiles y, por ende, más vulnerables al exceso de desechos. En ambos estudios de caso, la producción de residuos asociada al lugar de su transacción —los mercados públicos— resulta relativamente reducida o, al menos, poco visible frente a lo que cabría esperar.

Este cambio exige, por un lado, modificaciones significativas en los hábitos de consumo y, por otro, una reflexión crítica sobre la apropiación superficial del discurso ambiental por parte de grandes empresas textiles y de la llamada *fast fashion*. A través de estrategias de *greenwashing*, dichas empresas se apropian del léxico de la sostenibilidad sin llevar a cabo una transformación real en sus modelos de negocio. Lejos de representar un cambio estructural, estas prácticas tienden a perpetuar los patrones de consumo acelerado bajo una apariencia “verde”, dificultando la transición hacia un sistema más justo y ecológicamente responsable.

La transición sostenible de la industria textil y de la confección exige no sólo innovaciones técnicas o nuevas formas de comercialización, como la venta de ropa usada, sino una profunda reconfiguración de las relaciones sociales, económicas

y ambientales que sostienen la producción y el consumo de productos textiles. Esto implica, entre otros aspectos, la descentralización de los sistemas productivos, el fortalecimiento de las economías locales y la adopción de enfoques críticos que permitan evidenciar los vínculos entre el consumo de vestimenta, la desigualdad global y la crisis ecológica.

Implicaciones para la Cadena Global de Valor

La evolución del comercio de ropa y textiles de segunda mano a lo largo de las dos últimas décadas, así como las relaciones desiguales entre los países involucrados en este flujo, debe entenderse como un fenómeno que simultáneamente introduce cambios y refuerza características estructurales preexistentes de las Cadenas Globales de Valor. Al respecto, Gereffi (1999) propone una distinción fundamental entre cadenas lideradas por compradores y cadenas lideradas por productores. El sector de la confección constituye un ejemplo paradigmático del primer modelo. En este tipo de cadena se observan desequilibrios significativos de poder entre las empresas líderes del Norte Global y sus proveedores del Sur Global. Las actividades de mayor valor agregado, como el diseño, la construcción de marca (*branding*) y el marketing, tienden a permanecer concentradas en los países del Norte, mientras que la producción y las operaciones intensivas en mano de obra son subcontratadas a los países del Sur. Aunque esta configuración pueda, en ciertos casos, favorecer cierto progreso económico en los países proveedores, no se traduce de manera automática en mejoras de las condiciones sociales ni en avances significativos en el plano ambiental. La mejora social, entendida como el fortalecimiento de los derechos laborales, de las condiciones de trabajo y de la calidad general del empleo (Rossi, 2019), permanece limitada en el contexto de las Cadenas Globales de Valor. Los proveedores son con frecuencia sujetos a procesos de regresión social, derivados de la presión constante ejercida por las empresas líderes para la reducción de costos. Esta presión se traduce en la compresión salarial, el debilitamiento de la seguridad en el empleo y la erosión de las protecciones laborales. Como resultado, las ganancias económicas registradas a nivel de los proveedores rara vez se convierten en mejoras sustanciales en las condiciones de trabajo o en la concreción efectiva de los derechos laborales fundamentales.

De manera semejante, la mejora ambiental —entendida como la implementación de prácticas destinadas a la reducción de las externalidades ambientales (Krishnan et al., 2023)— enfrenta barreras sistémicas persistentes. Aunque las empresas líderes exigen cada vez más el cumplimiento ambiental como estrategia para reforzar su imagen de marca sostenible, las cargas financieras asociadas a dichos requisitos —como la adopción de nuevas tecnologías y la realización de cambios operativos— son en gran medida transferidas a los proveedores. A pesar de estas inversiones, los productores del Sur Global capturan escaso valor económico con sus esfuerzos (Ponte et al., 2019). El comercio de ropa de segunda mano, del Norte Global hacia el

Sur Global, ilustra con claridad estas dinámicas. Aunque enmarcado en los discursos de la economía circular como promotor de la reutilización y de la reducción de residuos, esta práctica debilita a las industrias locales de confección y agrava la degradación ambiental mediante la acumulación de desechos textiles (Dissanayake & Pal, 2023). El discurso de la economía circular enmascara un mecanismo de desplazamiento de residuos, en el cual las economías del Sur funcionan como destinatarias pasivas del excedente textil del Norte, en lugar de actores activos en la creación de valor circular. Las capacidades productivas locales se ven debilitadas, y las limitaciones infraestructurales agravan las externalidades ambientales. Mientras tanto, las empresas líderes obtienen beneficios reputacionales y económicos bajo el pretexto de la sostenibilidad, sin enfrentar las desigualdades estructurales del comercio global.

En consecuencia, la circularidad —a pesar de ser presentada como una solución sostenible— con frecuencia perpetúa dependencias lineales, relegando al Sur Global a segmentos de bajo valor y ambientalmente onerosos de las cadenas de valor globales. La concreción de transiciones verdaderamente transformadoras en el marco de la economía circular exige una reconfiguración fundamental de las estructuras de gobernanza, con énfasis en la retención local de valor, el fortalecimiento de las capacidades productivas y una redistribución más equitativa de las responsabilidades y los beneficios a lo largo de la cadena.

En suma, la obtención simultánea de mejoras económicas, sociales y ambientales en las Cadenas Globales de Valor del sector del vestuario continúa siendo sistemáticamente obstaculizada por profundos desequilibrios de poder. Las empresas líderes capturan la mayor parte del valor, utilizando la sostenibilidad como herramienta de mercadotecnia, mientras que los proveedores y trabajadores del Sur Global permanecen en posiciones frágiles dentro de los sistemas de producción globales. Para enfrentar estos desafíos, se requiere una reforma profunda de las reglas del comercio internacional, así como una reevaluación de las prácticas actuales de economía circular, con el fin de garantizar una distribución más justa de las responsabilidades y de los beneficios.

La ropa de Paca. Implicaciones para México

En México, el comercio informal de ropa de segunda mano, conocido como ropa de *paca*, genera redes de empleo en múltiples niveles: desde importadores y distribuidores hasta vendedores en *tianguis*, comerciantes en línea y tiendas de segunda mano o de estilo *vintage* (Sandoval, 2019).

Aunque la ropa de segunda mano contribuye positivamente en términos de empleo y sostenibilidad, también plantea interrogantes respecto a sus implicaciones a nivel global, nacional y local. La existencia de opacidad en la regulación aduanera mexicana, que permite la importación con ciertas restricciones, ha incentivado la consolidación de redes híbridas entre la econo-

mía formal e informal. Estas prácticas, lejos de ser fenómenos marginales, son estructurales en el funcionamiento del comercio transfronterizo de este tipo de productos.

La intermediación informal provoca que la captura de valor se concentre en los primeros eslabones de la cadena y en los propietarios de los negocios minoristas, mientras que los trabajadores enfrentan una fuerte precariedad y una débil protección. El comercio de ropa de *paca* en México representa una forma de economía popular, marcada por la informalidad y el arraigo en sectores de bajos ingresos. Sin embargo, recientemente, su consumo ha registrado una penetración significativa en grupos de clase media. Esta actividad funciona como una red de subsistencia que articula a microempresarios, familias enteras y transportistas. En ese sentido, la cadena de valor opera más como una red informal de supervivencia que como una estructura coherente de economía circular.

La precariedad laboral, la informalidad, la ausencia de derechos laborales básicos y la estigmatización social de las personas involucradas en el comercio de ropa usada limitan su potencial impacto positivo. Además, la falta de una regulación adecuada y de integración en políticas públicas de economía circular debilita las posibilidades de formalización de estas prácticas.

La narrativa de sostenibilidad asociada a la ropa de segunda mano no está exenta de contradicciones. En los últimos años, grandes corporaciones de la moda han comenzado a apropiarse de la estética *vintage* y *retro*, del valor que los consumidores jóvenes, conscientes de la crisis ambiental, atribuyen a estas prendas, así como de un cierto posicionamiento contracultural frente al consumo masificado de *fast fashion* y al poder de las grandes marcas. En este contexto, se valora la ropa *pre-loved*, no como ropa usada, sino como ropa con historia, con alma.

XiCalamidade. Implicaciones para Mozambique

En Mozambique, el comercio de vestuario y otros textiles usados está ampliamente difundido y arraigado en la sociedad. De acuerdo con un estudio reciente (Consulting for Africa (CFA) y Abalon Capital Limitada, 2025), se estima que alrededor de 288 mil personas estén involucradas directa o indirectamente en este sector. En un contexto marcado por una elevada fragilidad económica, bajos niveles de ingreso y desempleo persistente, la relevancia de un sector que genera este volumen de ocupación no puede subestimarse.

Aunque se reconozcan las desigualdades de ingreso entre los diferentes actores de la cadena global —desde los países de origen hasta el consumidor final—, es importante comprender la distribución del valor económico a lo largo de ese recorrido. Tras la cesión gratuita por parte de los consumidores en los países de origen, las prendas ingresan en un proceso de mercantilización, liderado por empresas especializadas en

recolección y clasificación, para luego pasar a intermediarios, importadores y mayoristas en los países de destino. En general, estos actores retienen la mayor parte del valor generado por la circulación global de la ropa de segunda mano.

Sin embargo, no debe pasarse por alto que, en Mozambique, el sector también moviliza a un conjunto de actores locales —frecuentemente a título individual o en pequeños grupos— que logran extraer algún valor añadido de la actividad. Además de los comerciantes, figuran los cargadores responsables del transporte de la mercancía desde los almacenes hasta los puntos de venta, los propietarios de los espacios de almacenamiento y los vendedores informales que operan en los mercados. Este sector representa, en muchos casos, una vía de autonomía económica, especialmente para mujeres comerciantes que encuentran aquí una oportunidad de iniciar un negocio propio con bajos costos de inversión inicial, en comparación con otros sectores formales.

Aun así, la distribución de valor permanece profundamente desigual. La mayoría de los agentes mozambiqueños que operan en este sector lo hacen en una lógica de subsistencia, con márgenes de ganancia muy reducidos, lo que limita la posibilidad de una mejora efectiva de sus condiciones de vida. Además, la fuerte informalidad que caracteriza la fase final de la cadena —especialmente entre comerciantes y cargadores— coloca a estos trabajadores en situación de vulnerabilidad, sin acceso a derechos laborales ni a protección social.

Desde el punto de vista de los consumidores, la adquisición de ropa usada constituye una respuesta eficaz a los bajos niveles de poder adquisitivo. Además, ofrece acceso a prendas “de marca” o “a la moda” —que, de otro modo, estarían fuera de su alcance— e incluso a cierto grado de exclusividad, ya que, en la mayoría de los casos, existe únicamente una unidad disponible de cada prenda, en contraste con la oferta estandarizada de las tiendas.

En el plano de la sostenibilidad ambiental, es importante destacar dos aspectos distintos. Por un lado, se señala el alto aprovechamiento de las prendas importadas: dado que estas conservan un valor económico potencial, su descarte por parte de los comerciantes ocurre únicamente como último recurso. En consecuencia, los niveles de contaminación generados en los mercados locales no se diferencian sustancialmente de los que se observan en otros contextos urbanos. Por otro lado, es crucial adoptar una perspectiva más amplia sobre el ciclo de vida de estas prendas. Tomando en cuenta los volúmenes significativos de importación, los impactos ambientales del descarte no se limitan a los mercados municipales, sino que se extienden a los centros de recepción y clasificación y, sobre todo, al consumo final por parte de las familias, que, tras el uso, contribuyen a la acumulación de residuos textiles en contextos con sistemas frágiles de gestión de desechos.

9. Recomendaciones de política

Cualquier recomendación de política deberá estar sustentada en el desafío de promover un desarrollo sostenible, respetando las dimensiones ambientales, sociales y económicas. La relevancia del sector de los textiles de segunda mano para las comunidades estudiadas ha demostrado su importancia para la subsistencia económica de las poblaciones involucradas. Por lo tanto, cualquier recomendación de política debe tener en cuenta la importancia de la dimensión económica y social para dichas poblaciones.

1. Refuerzo del marco legal e institucional

Es importante establecer marcos regulatorios claros para la importación y comercialización de ropa de segunda mano, distinguiendo legalmente estos bienes de los residuos textiles.

El análisis de los datos de COMTRADE permitió constatar que existen diferencias entre los valores reportados por los países exportadores y los valores reportados por los países importadores en el código 6309. Esta discrepancia genera vacíos en la comprensión del comercio internacional, por lo que resulta urgente fortalecer las capacidades institucionales de las aduanas y de las entidades de fiscalización, lo que también permitiría combatir prácticas desleales como las importaciones fraudulentas de ropa nueva disfrazada de usada.

2. Responsabilidad y trazabilidad en el sector textil

La circulación global de prendas y textiles usados se ha intensificado, impulsada por la creciente participación de centros de recolección y clasificación localizados en diversos países, entre los que destacan Pakistán, Emiratos Árabes Unidos y, en menor medida, algunos países europeos. En un contexto en el que se busca promover una mayor transparencia y acceso a la información sobre los productos transaccionados, se recomienda la implementación de mecanismos de trazabilidad y certificación que garanticen el origen responsable de las piezas reutilizadas, previniendo la exportación de residuos textiles tóxicos hacia países del Sur Global.

Reconociendo la necesidad de involucrar y responsabilizar a todos los eslabones de la cadena de valor global, se recomienda la creación de sistemas de Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP), que obliguen a las marcas a asumir la gestión de sus residuos textiles posconsumo mediante esquemas de reciclaje, recompra, donación o reutilización. La RAP ya se encuentra en debate en el contexto de la Unión Europea y de sus Estados miembros. No obstante, se defiende que esta responsabilidad sea concebida de manera estructural, incorporando elementos que contribuyan

a la reformulación de los actuales modelos de producción y consumo, en lugar de limitarse únicamente a la fase final del ciclo de vida del producto.

3. Apoyo a la economía social e inclusión laboral

En un contexto en el que, en el sector textil —al igual que en muchos otros— una parte significativa de las cuotas de mercado se encuentra concentrada en un número relativamente reducido de grandes marcas que operan a través de cadenas de valor de alcance verdaderamente global, resulta esencial promover dinámicas económicas más locales y descentralizadas. En este sentido, se recomienda el apoyo a cooperativas, redes de comercio justo e iniciativas dedicadas al reaprovechamiento, la reparación y el rediseño textil, particularmente mediante incentivos fiscales, acceso facilitado a financiamiento público y la puesta a disposición de espacios adecuados para el ejercicio de su actividad comercial. Paralelamente, es fundamental impulsar programas de formación e integración socioprofesional dirigidos a los trabajadores del sector informal de la ropa de segunda mano, garantizando su transición hacia condiciones de trabajo dignas, con pleno acceso a derechos laborales y protección social.

4. Sensibilización pública y combate al *greenwashing*

Es fundamental desarrollar campañas de educación para el consumo responsable, que alerten sobre los impactos sociales y ambientales de los actuales patrones de consumo y que contribuyan a desenmascarar prácticas de *greenwashing*, tanto evidentes como sutilmente disimuladas, por parte de grandes marcas de moda. La alfabetización crítica de los consumidores constituye un paso esencial para sustentar decisiones informadas y coherentes con los principios de la sostenibilidad y la justicia global.

5. Monitoreo y gobernanza participativa

La promoción de una gobernanza informada y transparente exige la creación de observatorios nacionales y regionales dedicados al ciclo de vida del vestuario, con bases de datos públicas que sistematicen y difundan información sobre los flujos comerciales, los destinos de los residuos textiles y los principales indicadores ambientales, como las huellas de carbono, de agua y de materiales.

De igual modo, se recomienda fomentar alianzas multinivel entre gobiernos, sociedad civil, instituciones académicas, plataformas digitales y pequeñas empresas, con el objetivo de construir políticas participativas basadas en la justicia ambiental, la economía social y el comercio ético.

Referencias bibliográficas

- Adamkiewicz, J.; Kochańska, E.; Adamkiewicz, I.; Łukasik, R. (2022), Greenwashing and sustainable fashion industry, *Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry*, Volume 38, 100710.
- Agência Europeia do Ambiente (2023), EU exports of used textiles in Europe's circular economy. Disponible en: <https://www.eea.europa.eu/publications/eu-exports-of-used-textiles>. (Acedido em 28/02/2024).
- Akter, M.; Haq, U.; Islam, M.; Uddin, M. (2022), Textile-apparel manufacturing and material waste management in the circular economy: A conceptual model to achieve sustainable development goal (SDG) 12 for Bangladesh, *Cleaner Environmental Systems*, Volume 4, 100070.
- Bocken, N. M. P., & Antikainen, M. (2018). Circular Business Model Experimentation: Concept and Approaches. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 239–250. doi:10.1007/978-3-030-04290-5_25.
- Brändström, J.; Saidani, M. (2022), Comparison between circularity metrics and LCA: A case study on circular economy strategies, *Journal of Cleaner Production*, Volume 371, 133537.
- Brooks, A. (2015), *Clothing Poverty: The Hidden World of Fast Fashion and Second-hand Clothes*. London: Zed Books.
- Cachinho, H. y Gasca, J. (2024). "Tijolos e argamassa, píxeis e cliques: da digitalização dos ecossistemas comerciais urbanos", en: Heliana Comin Vargas y Eloisa Ramos Ribeiro Rodrigues (Orgs) *Terciário, virtualidades e dinâmicas territoriais: Simbioses entre o espaço físico e virtual*. Brasil: Universidad Estadual de Londrina.
- Chang, K.; Lin, C.; Bin, Y. (2024), Harmony with nature: Disentanglement the influence of ecological perception and adaptation on sustainable development and circular economy goals in country, *Heliyon*, e26034.
- Cobbing, M.; Daaji, S.; Kopp, M.; Wohlgemuth, V. (2022), Poisoned Gifts From Donations to the dumpsite: Textiles Waste Disguised As Second-Hand Clothes Exported to East Africa, *G. International*, 2022. <https://www.greenpeace.org/international/publication/53355/poisoned-gifts-report-fast-fashion-textile-waste-disguised-as-second-hand-clothes-exported-to-east-africa/>
- Colasante, A.; D'Adamo, I. (2021), The circular economy and bioeconomy in the fashion sector: Emergence of a "sustainability bias", *Journal of Cleaner Production*, Volume 329, 129774.
- Consulting for Africa (CFA) and Abalon Capital Limitada (2025), Current status of mozambique's second hand clothing market: opportunities and challenges.
- Cruz, E.; Cruz, A. (2023), Digital solutions for engaging end-consumers in the circular economy of the textile and clothing value chain – A systematic review, *Cleaner and Responsible Consumption*, 11, 100138.
- Dissanayake, K., Pal, R. (2023). Sustainability Impacts of Global Used Clothing Trade and Its Supply Chain. In: Kohl, H., Seliger, G., Dietrich, F. (eds) *Manufacturing Driving Circular Economy*. GCSM 2022. Lecture Notes in Mechanical Engineering. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-28839-5_108
- Dragomir, V.; Dumitru, M. (2024), The state of the research on circular economy in the European Union: A bibliometric review, *Cleaner Waste Systems*, Volume 7, 100127.
- E.C. (2019), The European Green Deal sets out how to make Europe the first climate-neutral continent by 2050, boosting the economy, improving people's health and quality of life, caring for nature, and leaving no one behind, Press Release. Disponible en: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_19_6691 (Acedido em 18/02/2024).
- E.C. (2020), Plano de Ação para a Economia Circular – Para uma Europa mais limpa e competitiva. Disponible en: <https://op.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/45cc30f6-cd57-11ea-adf7-01aa75ed71a1> (Acedido em 18/02/2024).
- Eunomia (2022), Driving a circular economy for textiles through EPR. Disponible en: <https://eeb.org/library/driving-a-circular-economy-for-textiles-through-epr/> (Acedido em 18/02/2024).
- Ellen MacArthur Foundation (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. Ellen MacArthur Foundation. Recuperado el 30 de junio de 2025, <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>
- Feldman, J.; Seligmann, H.; King, S.; Flynn, M.; Shelley, T.; Helwig, A.; Burey, P. (2024), Circular economy barriers in Australia: How to translate theory into practice?, *Sustainable Production and Consumption* (ahead of print).
- Gasca, J. (2015). "Competition for food retailing space in Mexico City: traditional channels versus supermarkets", In: *City, Retail and Consumption*, Edited by Libera D'Alessandro. Napoli: Università degli Studi L'Orientale di Napoli.
- Generation Climate Europe: Policy paper – greenwashing in the fashion industry. 2021. <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/knowledge/greenwashing-fashion-industry-0>.
- Gereffi, G. (1999). International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. *Journal of International Economics*, 48 (1), pp. 37 – 70.
- GreenPeace (2023), Enough of the circularity greenwash: slow fashion is the way forward. Disponible en: <https://www.greenpeace.org/international/story/59440/enough-circularity-greenwash-slow-fashion-is-the-way-forward/>. (Acedido em 28/02/2024).
- Hernández, E. (2019), Ropa de segunda mano: desigualdades entre el norte global y el sur global, *Frontera Norte*, 31 (1), pp. 1-6.
- Jäämaa, L.; Kaipia, R. (2022), The first mile problem in the circular economy supply chains – Collecting recyclable textiles from consumers, *Waste Management*, Volume 141, pp. 173-182.
- Jia, F.; Yin, S.; Chen, L.; Chen, X. (2020), The circular economy in the textile and apparel industry: A systematic literature review, *Journal of Cleaner Production*, Volume 259, 120728.

- Kalmykova, Y.; Sadagopan, M.; Rosado, L. (2018), Circular economy – From review of theories and practices to development of implementation tools, *Resources, Conservation and Recycling*, Volume 135, pp. 190–201.
- Keulen, M.; Kirchherr, J. (2021), The implementation of the Circular Economy: Barriers and enablers in the coffee value chain, *Journal of Cleaner Production*, 281, 125033.
- Krishnan, A.; De Marchi, V.; Ponte, S. (2023). Environmental Upgrading and Downgrading in Global Value Chains: A Framework for Analysis. *Economic Geography*, 99 (1), pp. 25 – 50.
- Lowe, B.; Bimpizas-Pinis, M.; Zerbino, P.; Genovese, A. (2024), Methods to estimate the circular economy rebound effect: A review, *Journal of Cleaner Production* (ahead of print).
- Mu, H.; Lee, Y. (2023), Greenwashing in Corporate Social Responsibility: A Dual-Faceted Analysis of Its Impact on Employee Trust and Identification. *Sustainability*, 15, 15693.
- Munoz, A.; Morone, P. (2023), Second-hand clothing trade: achieving circular economy in the fashion sector through international cooperation, *Acta Innovations*, 49, pp. 75–91.
- Norris, L. (2015), The limits of ethicality in international markets: Imported second-hand clothing in India, *Geoforum*, 67, pp. 183–193.
- Oxford Economics (2024), The socio-economic impact of second-hand clothes in Africa and the EU27+. Available at: <https://www.oxfordeconomics.com/resource/the-socioeconomic-impact-of-second-hand-clothes-in-africa-and-the-eu27/> (Acedido em 28/07/2025)
- Papamichael, I.; Voukkali, I.; Economou, F.; Loizia, P.; Demetriou, G.; Esposito, M.; Naddeo, V.; Liscio, M.; Sospiro, P.; Zorpas, A. (2024), Mobilisation of textile waste to recover high added value products and energy for the transition to circular economy, *Environmental Research*, Volume 242, 117716.
- Persson, O.; Hinton, J. (2023), Second-hand clothing markets and a just circular economy? Exploring the role of business forms and profit, *Journal of Cleaner Production*, 390, 136139.
- Ponte, S.; Gereffi, G.; Raj-Reichert, G. (Eds.) *Handbook on Global Value Chains*. Edward Elgar.
- Pretner, G.; Darnall, N.; Testa, F.; Iraldo, F. (2021), Are consumers willing to pay for circular products? The role of recycled and second-hand attributes, messaging, and third-party certification, *Resources, Conservation and Recycling*, Volume 175, 105888.
- Rossi, A. (2019). Social upgrading, In S. Ponte, G. Gereffi, G. Raj-Reichert (Eds.) *Handbook on Global Value Chains*, pp. 272 – 284, Edward Elgar.
- Sandoval, H. E. (2019). Ropa de segunda mano: desigualdades entre el norte global y el sur global. *Frontera Norte*, 31. <https://doi.org/10.33679/rfn.v1i1.2062>
- Scarano, P.; Sciarrillo, R.; Tartaglia, M.; Zuzolo, D.; Guarino, C. (2022), Circular economy and secondary raw materials from fruits as sustainable source for recovery and reuse. A review, *Trends in Food Science & Technology*, Volume 122, pp. 157–170.
- THREDUP (2023), Resale report. Disponible en: <https://www.thredup.com/resale> (acedido em 21/02/2024).
- UNECE (2024), Reversing direction in the used clothing crisis: Global, European and Chilean perspectives. Available at: <https://unece.org/trade/publications/reversing-direction-used-clothing-crisis-global-european-and-chilean> (Acedido em 28/07/2025)
- Valor, C.; Ronda, L.; Abril, C. (2022), Understanding the expansion of circular markets: Building relational legitimacy to overcome the stigma of second-hand clothing, *Sustainable Production and Consumption*, Volume 30, Pages 77–88.



El proyecto GreenCCircuit, coordinado por el Profesor Pedro Guimarães del CEG/IGOT – Universidad de Lisboa, se desarrolla en colaboración con la Universidad Eduardo Mondlane, Mozambique (Profesora Inês Raimundo), y con la Universidad Nacional Autónoma de México, México (Profesor José Gasca Zamora). El objetivo principal es promover la educación para el desarrollo mediante el análisis de los circuitos globales de venta de ropa de segunda mano, con un enfoque en la sustentabilidad, el greenwashing y la economía circular. La investigación incluye trabajo de campo en mercados locales de Maputo y de la Ciudad de México, donde se observan prácticas de comercialización, reutilización y consumo. Además de analizar los impactos socioeconómicos y ambientales de esta circulación, el proyecto busca contribuir a un debate crítico sobre las prácticas del sector textil y los límites de las actuales estrategias de economía circular, especialmente en los contextos del Sur Global.