

Los tesoros de segunda

Lonas rojas, tablas sobrepuestas y letreros con ofertas cautivadoras, elementos que envuelven ropa de todo tipo, de toda talla, de toda marca, enredadas entre sí. En las pacas que se encuentran dentro de los tianguis en el Estado de México, la magia está en “buscarle bien”: meter bien la mano entre montones de ropa y encontrar tesoros de segunda mano que, si bien es ropa muy económica, no deja de conservar la gran virtud de este negocio: es funcional al darles una segunda vida.

Introducción

Detrás de estos “tesoros de segunda” existe todo un proceso para que llegue hasta los tianguis del Estado de México. Muchas provienen de donaciones, remates en tiendas, almacenes u outlets. Es ropa de segunda mano porque muchas de las prendas fueron utilizadas por personas antes, y en estos lugares, encuentran una forma de circular.

Como principal aportación, representan una muy buena alternativa económica para familias enteras, ya sea como consumidores o como comerciantes. Pero también se relaciona con una forma de combatir el fast fashion. Al reciclar prendas se prolonga su vida útil y los tianguis, en específico los puestos que ofrecen ropa de paca, ayudan, en cierta medida, a reducir el impacto ambiental del consumo de la industria de la moda. La paca representa mucho más dentro del Estado de México de lo que se podría imaginar.

Desarrollo

La paca como economía circular

Para hablar sobre la paca debemos remontarnos a sus orígenes donde según explican Hernández y Sandoval (2020), durante la segunda mitad del siglo XX, el concepto servía para describir productos de contrabando, como electrónicos y ropa, provenientes de Estados Unidos (p. 80).

Este tipo de comercio ha sido un constante en el Estado de México ya que abastece la demanda de productos a precios accesibles para las personas de las periferias, la ropa de paca en este contexto se volvió un producto tanto rentable para los vendedores como una opción de obtener vestimenta digna para los consumidores.

Se puede rastrear el origen de la cadena de importación de la paca en países como Estados Unidos de América y China, que buscan rematar ropa de centros de acopio, almacenes de fábrica y tiendas departamentales, empaquetando y clasificando dichas prendas.

La mercancía es transportada por medios marítimos o terrestres a zonas fronterizas en México. Los tianguistas adquieren esta mercancía para su posterior comercialización en mercados minoristas, los vendedores ubicarán la mercancía con la finalidad de realizar las ventas en pequeña escala dependiendo de su contexto (Cota Yáñez y Grajales Díaz, 2024).

En este contexto, la ropa de paca puede entenderse como parte de un modelo de economía circular, ya que permite extender la vida útil de las prendas y reducir el impacto ambiental de la industria textil. A diferencia del modelo tradicional de “producir, consumir y desechar”, la economía circular propone reutilizar productos existentes para disminuir la generación de residuos.

De acuerdo con diversos estudios sobre consumo sustentable, cada prenda de segunda mano adquirida contribuye a reducir el uso de recursos naturales necesarios para fabricar ropa nueva, como agua y energía, además de evitar que grandes volúmenes de textiles terminen en los vertederos. Este modelo también tiene implicaciones económicas importantes, ya que permite a vendedores y pequeños comerciantes generar ingresos a partir de la reventa de prendas, mientras los consumidores acceden a ropa a precios considerablemente más bajos que en el mercado tradicional.

Asimismo, el crecimiento del mercado de ropa de segunda mano en México demuestra que esta práctica no solo responde a necesidades económicas, sino también a una mayor conciencia ambiental entre los consumidores. Según reportes recientes, la compra de ropa de segunda mano puede generar importantes beneficios ecológicos, como el ahorro de millones de litros de agua y la reducción de emisiones de dióxido de carbono asociadas con la producción textil.

En 2023, por ejemplo, el uso de prendas reutilizadas evitó el desperdicio de aproximadamente 486 millones de litros de agua y la emisión de miles de toneladas de CO₂, lo que evidencia el potencial de este tipo de consumo dentro de estrategias de sostenibilidad (Infobae, 2024).

Fast Fashion

Cuando se habla de Fast Fashion (moda rápida) se refiere a la producción constante y desmedida de ropa con el objetivo de abastecer el consumismo que generan las tendencias de moda. Este sector busca seguir el ritmo de las temporadas o de las tendencias en constante cambio. Sin embargo, no solo se trata de la producción masiva, sino también de la brevedad del tiempo en la que estas son utilizadas.

La ropa de fast fashion se vende como la mejor opción debido a su bajo costo pero es importante saber que el material utilizado para la elaboración de estas prendas duran únicamente entre siete y diez usos, según la plataforma de datos medioambientales sin ánimo de lucro Earth.org. (CNN, 2023)

La industria del fast fashion es la segunda más contaminante ya que genera más de 80 mil millones de prendas. Esta es responsable del 10% de las emisiones globales de carbono. Además, para la producción es importante el agua, lo que ha llevado a que se utilicen más de 1.5 billones de litros cada año, incluso indirectamente, al lavar la ropa se desprenden micropartículas por lo que alrededor del 30% de los desechos plásticos en el océano son microfibras textiles.

Desde el ámbito laboral, la industria de la moda ha protagonizado múltiples escándalos por emplear niños y niñas. La explotación laboral y las malas condiciones de trabajo detrás de tantas prendas de ropa no son un secreto.

Según Dana Thomas, periodista estadounidense especializada en moda y cultura, estima que a una persona le pagan aproximadamente cuatro pesos por confeccionar una prenda que puede venderse hasta en \$400. (Revista *¿Cómo ves?*, 2020).

Estigma de clase social

¿Quién compra paca y por qué?

La palabra “fayuca” es un término que se usaba a finales del siglo pasado para referirse a las mercancías que eran de moda, costosas y provenientes de USA; que llegaban de contrabando al país para venderse a precios más bajos. Desde finales de los años sesenta, mercados grandes como Tepito pasaron a ser tianguis donde se revendía herramientas, chácharas y fierro viejo, estableciéndose así como uno de los centros más importantes en la distribución de fayuca. Era posible encontrar todo tipo de artículos tales como equipos de sonido, pantalones Levi 's, cigarrillos, dulces, ropa, equipo deportivo, entre otras cosas que en tiendas departamentales era muy caro por los cobros de aranceles y la dificultad de distribución. La gente de bajos recursos y alguna de clase media acudían a los tianguis para hacerse de artículos novedosos, siempre omitiendo su procedencia debido a que era ilegal.

La paca ha estado rodeada de prejuicios gracias a que para muchos el destino de su procedencia era un misterio. Algunos señalamientos sí resultaron ciertos, como el de que la ropa de paca era robada de la caridad ya que se comprobó que algunas fundaciones de Estados Unidos recolectaban ropa con campañas de donación a África y la revendía a distribuidores mexicanos. Sin embargo muchos de los rumores extremistas eran falsos pues algunos argumentan que la ropa era robada de cadáveres y te podían producir enfermedades horribles como la lepra u hongos en la piel. La ropa de paca también estuvo rodeada de prejuicios de clase, dicho de otra forma: comprar ropa de paca era de gente pobre.

La resignificación de la ropa de paca no ha sido un proceso fácil ni de años. En un inicio el ritual de la paca era: los jefes de familia, a veces acompañados de sus hijos, pasaban a los tianguis para surtir de ropa básica a la familia, o bien comprar una que otra prenda por gustos personales. Se lavaba bien, se reparaba si había defectos y quedaba más que lista para el uso diario.

Dentro de las sociedades la moda es fundamental ya que define la identidad y el consumo de cada persona. En este caso las personas se adentraron en la paca para encontrar prendas únicas, discontinuadas o de otras épocas.

Ahora bien, los consumidores de la ropa de paca son diversos y cada uno con motivaciones distintas, respondiendo tanto a factores económicos como sociales. En primer lugar, el precio representa un elemento clave, ya que el ahorro es uno de los principales incentivos para adquirir estas prendas de segunda mano pues en comparación con las tiendas convencionales si es una gran cantidad.

Asimismo, el consumo de este tipo de prendas no solo está ligado a lo económico. Algunas personas buscan ropa con esencia o lo que ellos perciben como única, vintage o de marcas reconocidas, lo que les permite expresar su estilo personal y diferenciarse dentro de su entorno social (Turunen & Leipämaa-Leskinen, 2015)

Sin embargo, la decisión de compra está influida por el riesgo percibido. Factores como la preocupación por la higiene, la calidad de la prendas o el temor que representa para las personas el juicio que otras puedan hacer. Por esta razón el adquirir ropa de segunda mano, viene acompañado de muchas dudas que hacen que gran parte de la población decida no consumirla.

Estilo, no necesidad

Hasta acá llegó Ariatna, quien celebraba su cumpleaños número 15. Como regalo pidió 5 mil pesos para renovar todo su clóset con ropa de segunda mano o nueva con etiqueta, pero siempre de paca. Ella le llama vintage. “Quiero piezas únicas y aquí me alcanzará más que en una tienda. Compraré accesorios, zapatos, bolsas, pantalones, sudaderas, tops y faldas. Me encanta la moda pero no me gusta que la ropa sea desechable ni que mi outfit lo traiga alguien más que compró en Shein o en alguna tienda de plaza”, dice.

Otro caso que refleja la elección no sólo por los bajos costos sino también por la consciencia ecológica es el de Tony un chico de 18 años que desde hace meses compra su ropa únicamente en este mercado, donde gasta en promedio 200 pesos por dos piezas cada vez que lo visita. “Aquí es donde más me rinde el dinero que gano en una pizzería los fines de semana. Además, lo que traen siempre es diferente: lo que veo hoy ya no estará la próxima vez que venga, y será una pieza única”, cuenta, mientras revisa la ropa de cada puesto.

El consumo de la ropa de paca ha dejado de ser una opción marginal para convertirse en una de las principales fuentes de vestimenta para la población mexicana, en especial la de la generación z. Esto podría parecer para muchas personas solo un reflejo de moda o fascinación por lo vintage, pero realmente va más allá, algo más apegado a la economía del país.

Hannia y Kate, son mejores amigas que frecuentan el tianguis de Cuautitlán, Estado de México desde hace aproximadamente tres años al entrar a la universidad. Ellas como el papel de consumidoras de ropa de paca el cual está ligado a la economía y a la construcción de su propio estilo.

Entre risas, Hannila describe la paca como su “lugar seguro”, sitio donde puede encontrar ropa en buen estado, de marca y a precios muy accesibles. Como estudiante de diseño de modas, explica que la paca le ha dado la oportunidad de experimentar con su estilo personal sin el riesgo económico que representa comprar ropa nueva que podría no gustarle después. De esta manera también se libra de sentir culpa por gastar en prendas que no utiliza.

Por su parte, Kate coincide en que en la paca ambas encuentran prendas y accesorios como las bolsas que les permiten diferenciarse. La variedad que encuentran en las prendas les hace más sencillo el construir un estilo que vaya más apegado a su esencia alejándose un poco de lo comercial que pueden resultar las tendencias.

“Como diseñadora de moda mexicana y fundadora de Flavante, una marca de slow fashion dedicada a la moda sostenible, puedo entender desde ambas perspectivas lo que este mercado significa. Antes de crear mi marca, fui lo que se llama por acá en México “neni” y también vendía ropa de paca cuando estaba en la preparatoria, que este trabajo me permitió conectar con lo que realmente quería hacer: Producir moda nacional, por que en la ropa de paca, la ropa hecha en México está lejos de ser una constante. Toda esta experiencia me ha permitido ver este ciclo desde el corazón de su funcionamiento”

La ropa de paca le brinda a la generación z que en muchas ocasiones se enfrenta a dificultades económicas relacionadas a los bajos salarios y la falta de oportunidades, piezas únicas, una solución práctica para vestirse. Este fenómeno y la consciencia del consumo más responsable van de la mano. Sin embargo no se debe olvidar que también se impulsa por un sistema en el que los países desarrollados exportan sus excedentes a países en desarrollo perpetuando así la desigualdad económica.

Influencers y la ropa vintage

Las redes sociales representan el lugar perfecto para las personas fanáticas de lo vintage. La existencia de videos cortos de influencers que invitan a visitar los tianguis se convirtieron en tendencia. Basta con scrollear un poco para ver que la compra y venta de ropa de paca ahora es cool y aspiracional, que hay influencers haciendo videos de sus compras en los tianguis y presumiendo sus prendas muchas veces únicas, o fashionistas armando outfits enteros con 500 pesos.

En las manos de muchos influencers las prendas de la ropa de paca se convierten en vintage, retro y especial, Efrén Sandoval, un antropólogo especializado en economías de frontera lo expresa de esta manera: la curaduría, literal y metafóricamente, “Es como estar limpiando la ropa, sucia porque es de paca, sucia en sentido social”.

Para los influencers es intentar incentivar a tener un estilo propio con poco dinero, o como lo mencionan algunos “La ideología de mi contenido es verte caro con ropa barata, que tú te puedas ver increíble pero que no gastes más de 500 pesos”

Entre las influencers que fomentan y consumen la ropa de paca se pueden encontrar: Pamela Robledo, Maria Bottle, Honny Padilla, Emiliano Medina, Paulina del Campo

Hannila y Kate, compradoras de ropa de paca, coincidieron que esta ha sido impulsada por creadores de contenido, incluyendo diseñadoras que han difundido la resignificación de la ropa de paca además de utilizarla como medio para vender sus creaciones.

Cambio de percepción según la colonia y nivel socio-económico

La percepción de la ropa de paca no es algo homogéneo, esta cambia de acuerdo con el contexto social y el espacio donde se comercialice. En colonias como la Roma o la Condesa han surgido mercados vintage, donde la ropa se presenta de manera distinta, ropa colgada y planchada. Esto trae consigo ganancias del doble o el triple de lo invertido pues gracias al

boom de las redes sociales, los mercados vintage se establecieron como tendencia y lograron quitarle el estigma a la ropa de paca de ser “ropa sucia”.

Sin embargo, la comodidad y gusto que encuentran en este lugar no siempre fue así. Hannila asegura no haber tenido ningún tipo de prejuicio cuando empezó a comprar ropa de paca, pero Kate por el contrario reconoce que al inicio el pensar en “meterse en la bola de ropa” y “paquear” le daba vergüenza, sentimiento que claramente fue cambiando con el paso del tiempo

“Ya siento que es un estilo de moda y para mí está increíble” (Entrevista de Kate, 2016)

Ambas al reflexionar sobre los prejuicios que envuelven la ropa de paca y mencionaron que:

“Que joyas se están perdiendo, siempre tienen el prejuicio de que es ropa de muerto, pero esta increíble”

Kate añade:

“A mi hermana sí le da pena paquear, pero es muy tonto porque se pierden muchas joyitas”

En los últimos años se ha observado un cambio evidente en la percepción social ya que hoy en día atrae público que desea reducir su impacto ambiental lo que amplía el perfil de los consumidores “Vienen de todo: jóvenes, adultos, familias completas y niños, hombres y mujeres. Es un espacio muy inclusivo donde cualquiera puede experimentar y encontrar algo que le guste”.

Los jóvenes impulsaron la normalización del uso de la ropa de paca influenciados por movimientos sociales debido a la preocupación social por el cambio climático y el consumo excesivo. Jóvenes con bazares han ayudado a romper la idea de que la ropa de paca es algo sucio y relacionarlo más a la limpieza y al medio ambiente.

Actividades cotidianas, como comprar en el tianguis se convirtieron en prácticas estéticas o de consumo que representan la autenticidad para ciertos sectores sociales. Esto implica darle un valor simbólico a la ropa de paca y a su consumo, es por ello que cambia dependiendo quién y en qué contexto la consume. Así la ropa de paca deja de ser únicamente una necesidad por razones económicas, a convertirse en una forma de expresión cultural, consumo consciente y, en algunos casos, tendencia de moda.

“Regresó mucho la moda de los 90, más ancho...antes era mucho lo skinny, vestirse más apretado, y ahora es más holgado. Si vendes ropa, te das cuenta de cómo va cambiando la moda” (Entrevista Ari, 2026).

La paca como emprendimiento

Familias que viven de este negocio

Para miles de familias mexicanas, el comercio de ropa de “paca” no es solo un empleo, sino un patrimonio generacional que sostiene hogares enteros.

- Ari, comerciante con 8 años de experiencia en la venta de ropa, comenzó en este negocio gracias a la influencia de su esposo, quien ya contaba con experiencia en el comercio. Desde entonces, ha sabido adaptarse tanto a la venta dentro del tianguis como al uso de las plataformas digitales.

En mercados de gran escala como el tianguis de San Felipe de Jesús, la venta de ropa de segunda mano funciona como una empresa familiar donde cada miembro cumple un rol. Probablemente el esencial es el sujeto que hace la clasificación de la mercancía. Las familias deben tener el "ojo" entrenado porque de esto dependen sus futuras ventas.

-En la selección de la mercancía, Ari, prioriza la relación calidad, precio y tendencias actuales. Trabaja con proveedores de distintos estados y busca ofrecer precios accesibles, ya que, como ella menciona, al vender en un tianguis los clientes esperan precios bajos.

En distintos tianguis del país existen numerosos casos de familias que se sostienen económicamente gracias a la venta de ropa de paca. Un ejemplo es el de Andrea Rodriguez, quien junto con sus 15 empleados logra mantener familias a partir de este negocio. Cada quince días abren alrededor de 30 bultos de aproximadamente 150 kilogramos cada uno, colocando cerca de 7,500 prendas semanales en distintos puestos del tianguis.

Andrea comenzó comprando pacas “del otro lado” y, con el tiempo, logró ampliar su negocio hasta vender mercancía a revendedores, las conocidas como “nenis” digitales, quienes comercializan la ropa a través de redes sociales, agotando el inventario con rapidez.

Como Andrea existen familias que su principal competencia son la piratería, operativos contra el contrabando y mermas pero logran utilidades altas gracias a la demanda post pandemia y la necesidad de ahorrar. Utilidades que alcanzan un 500% pese al esfuerzo físico de mover mercancía en tianguis, como en casos donde inician con lotes baratos. Las familias adquieren vía proveedores o internet, equilibrando ventas con cuidado familiar. La tendencia crece por economía circular, pero enfrenta subidas de precios que aprietan presupuestos hogareños.

Jóvenes que venden por redes sociales ropa que consiguen del tianguis.

Actualmente, comprar ropa usada en los tianguis, es una práctica que cada vez aumenta más. Según el Global Press Journal, alrededor del mundo, el joven público consumidor adepto de la internet está adoptando la ropa de segunda mano como una alternativa real de moda que es deseada y buscada. Según Depop, una de las plataformas para reventa de ropa más grandes en el mundo, aproximadamente un 90% de sus 26 millones de usuarios son menores de 26 años. La juventud mexicana también forma parte de esta nueva tendencia.

“Creo que es lo que marca nuestra generación, hacer a un lado el ‘Ay, ¿qué van a decir por usar ropa de paca?’” “Yo quiero usar ropa de paca”, dice Moisés Molina, de 21 años, quien ha observado esta transformación de cerca. Él creció en los tianguis de la ciudad porque su madre tenía un puesto de ropa de paca visitado principalmente, dice él, por amas de casa maduras.

Molina tiene más de 70,000 seguidores en TikTok, donde modela — con una estética de dinamismo y garbo casual — las piezas de segunda mano que cada mes escoge meticulosamente en el tianguis. “La ideología de mi contenido es verte caro con ropa barata, que tú te puedas ver increíble pero que no gastes más de 500 pesos [alrededor de \$25],” dice Molina. “No quiero dar el mensaje de consumir y estar consumiendo ropa a masas, simplemente el poder tener tu propio estilo a base de poco dinero”.

Sin duda, muchas personas han optado por comprar ropa de paca no tanto por decisión propia sino por impulso de los influencers a través de diversas redes sociales como ya se mencionó, Tiktok y también, Instagram.

Hace cinco años, desde su recámara Nadia Reyes, de 26 años, comenzó a vender ropa de paca en Instagram, y luego en TikTok. A diferencia de Molina, ella la revende ganando una pequeña utilidad. Dos veces por semana recorre los tianguis, visitando puestos grandes y chicos, donde dedica hasta tres horas a una cuidadosa selección de prendas. Cuando llega a casa, las lava, plancha y las estiliza. Los viernes entrega pedidos a sus clientes en la ciudad.

“Empezó a crecer a 15 prendas, 20 prendas y actualmente vendo alrededor de 80 a 100 prendas a la semana”, dice Reyes. Su cuenta tiene poco más de 16 000 seguidores, aunque algunos videos alcanzan más de 2 millones de vistas. “Antes era como un tabú, como que les daba pena decir que compraban ropa de paca, de tianguis, porque qué oso, qué vergüenza, me van a criticar, me van a decir que eso es de pobres o trae chinches”, comenta. “Y ahora hasta lo presumen, está de moda eso”.

Reyes no es la única que busca obtener utilidades en el mercado de la reventa. Con la ayuda de la tecnología, algunas marcas y especialistas al menudeo consolidados, le están apostando fuertemente a la ropa de segunda mano con sus propias tiendas de reventa y renta, según un informe publicado en 2022 por thredUP, una plataforma de reventa estadounidense. El mismo informe pronostica que para 2026, el mercado mundial de ropa de segunda mano habrá crecido un 127%, gracias principalmente al impulso del consumo en Norteamérica.

Además del comercio presencial, Ari ha incursionado en redes sociales como instagram realizando ventas por este medio. Sin embargo, señala que sus ventas son mayores de manera presencial, ya que en línea la desconfianza aumenta. Los clientes dudan al no poder ver la prendas físicamente y no poder probárselas, lo que genera dudas en la calidad y las tallas.

La verdadera pregunta aquí es, ¿el pronóstico fue verdadero? Sí, hubo un aumento el cual fue de un 82% según el artículo How resale will keep growing in 2026 de la página Retail Brew.

En septiembre de 2024, se viralizó un video de Apio Quijano, integrante de Kabah y experto en moda, donde se le veía probándose ropa en un puesto de paca en Tepito, sorprendido por

las prendas y sus precios. Otros influencers como Manelyk y Gala Montes también han mostrado en sus redes –con millones de seguidores– sus looks armados con ropa de segunda mano.

Gente sin acceso a créditos o un apoyo formal.

En México el 70% de los emprendedores de un negocio informal operan sin acceso a créditos formales. Esto hace que se vean obligados a recurrir a recursos propios o sistemas comunitarios por barreras como informalidad y falta de historial crediticio. Esto afecta especialmente a PYMES (pequeñas y medianas empresas) y microempresarios en tianguis, donde solo el 14% del crédito bancario empresarial llega a mipymes, pese a que representan más del 95% de las unidades económicas.

Las PYMES enfrentan rechazo en el 87.6% de solicitudes de crédito por altas tasas de interés, desconfianza en bancos y ausencia de registros formales, según Banxico; la informalidad laboral agrava esto en sectores como el comercio ambulante. Solo el 44-53% de micro y pequeñas empresas solicitan financiamiento, con aprobación del 94%, pero la demanda insatisfecha equivale al 15.7% del PIB, superior a países vecinos como Colombia. Las mujeres empresarias logran solo el 42% de acceso, cinco puntos menos que los hombres.

Las personas que venden ropa usada inician con fondos propios (49.6% de casos) o tandas, comprando pacas baratas sin garantías bancarias, escalando vía reinversión de utilidades hasta 500%. Programas como FONDESO o Tandas del Bienestar otorgan hasta 25,000 pesos sin Buró, pero su alcance es limitado; en Guadalajara operan así sin apoyo estatal. La Enafin 2024 muestra que proveedores y familiares son segundas fuentes tras bancos, vitales para 50% de nuevos negocios.

Sin acceso a créditos (sólo 6.6% en zonas informales), dependen de tandas familiares o "de bolsillo", frenando el crecimiento pese a la demanda post-pandemia. Iniciativas como Tianguis Irrazonable buscan fondeo colectivo (90,000 pesos por proyecto), pero son excepcionales; la mayoría sobrevive por redes locales, reflejando necesidad económica más que prosperidad.

Jóvenes, tianguis e identidad

Actualmente, el tianguis es un medio cada vez más usado a la hora de comprar ropa y sobre todo, para crear un outfit que vaya de acuerdo a la identidad y gusto de cada persona.

Se podría decir que uno de los precursores de la ropa en el tianguis para crear una identidad fue el famoso Tianguis El Chopo. Según la antropóloga Olivia Rodríguez Prieto, el Tianguis del Chopo es un lugar el cual ha funcionado durante décadas como un espacio donde abunda mercancía y prendas de vestir con fin de crear una identidad única a través de temáticas como el rock y el metal desde hace décadas.

Hannila y Kate asisten al tianguis de Cuautitlán de manera constante, si no es una vez a la semana, al menos una al mes, con la expectativa de encontrar ropa “buena, bonita y barata”, incluyendo ropa de marca. Hannila señala que aproximadamente el 80% de su guardarropa es de la paca mientras que el de Kate el 50%.

Además de su visible fascinación por la ropa de paca, las jóvenes personalizan las prendas y las adaptan a la visión que tienen sobre su estilo y como esa prenda puede ser mejorada. Lo que refuerza el encontrar la oportunidad dentro de la paca de explotar la creatividad con prendas que pueden tener una segunda vida.

Actualmente, según la reportera Cynthia Sánchez, “un factor que encanta a los compradores jóvenes es que son piezas únicas. En la calle de Querétaro, en la colonia Roma, existe un mercado vintage en un predio cerrado con ropa de paca que los jóvenes buscan para vestirse diferente”. Lo que más se busca hoy en día es vestir con un estilo único a bajos costos, lo cual es algo que ofrecen más que nunca los tianguis, incluso mucho más que las tiendas departamentales más famosas.

Un caso muy particular sobre cómo ha aumentado la aceptación por la ropa del tianguis fue en 2022 con la estudiante de Diseño de Modas originaria de Jalisco, Teresa Mejía quien hasta creó una colección inspirada en los tianguis de México. El 25 de noviembre de 2023, compartió en su cuenta de Tik Tok donde se identifica como *@jessmejiaaaaaa*, un vistazo de una de sus primeras colecciones, inspirada en el folclor y colores de los tianguis (mercados) mexicanos.

Los videos en los que Teresita Mejía mostró sus creaciones se viralizaron en TikTok, acumulando cientos de miles de reproducciones en la plataforma. En los comentarios de las publicaciones, cientos de internautas expresaron sus opiniones sobre las prendas. La mayoría de ellos, aplaudió el talento e ingenio de la estudiante de Diseño de Modas.

Jefes de familia que compran la ropa familiar en los tianguis.

La economía familiar impulsa la tendencia de ir a tianguis como Santa Martha Acatitla las cuales permiten vestir a familias completas por 100-500 pesos semanales, transformando donaciones y pacas en soluciones prácticas. En regiones como Toluca, padres priorizan ropa resistente para hijos activos, ahorrando lo suficiente para alimentos o deudas, lo que sostiene la demanda pese a la competencia digital. Este ciclo fortalece la economía circular local, donde compradores se convierten ocasionalmente en vendedores al desechar prendas usadas.

Estas jefas y jefes de familia regatean en puestos de paca, priorizando "grado 1" (prendas casi nuevas de outlets gringos) vendidas por gente que atiende a madres de clase media que equilibran presupuestos hogareños sin renunciar a marcas premium. En Guadalajara, Carlos Estrada, chofer particular, integra compras dominicales de "chácharas" regaladas para sus hijos, combinando con envíos familiares desde EE.UU. que Carmen Hernández procesa primero para uso propio antes de revender. Post-pandemia, el 61% de compradores son

mujeres jefas de hogar, valorando el tacto físico y negociación directa sobre compras en línea impersonales

Padres de adolescentes buscan estilos trendy como hoodies Levi's o Adidas rescatados de outlets gringos, pagando 100-200 pesos vs. 1,000 en tiendas, lo que libera presupuesto para útiles o deudas familiares. Para infantes, priorizan algodón resistente de segunda mano. Este hábito genera ciclos, los compradores usan primero envíos de EE.UU. para su familia antes de vender excedentes, fomentando la moda, Estas familias inspiran a hijos a valorar lo reutilizado. Jefes combinan pacas con trueques vecinales, ahorrando 80% anual en vestimenta mientras sostienen vendedores locales, un ecosistema donde la necesidad económica une oferta y demanda diaria.

El destino de la ropa descartada

Impacto ambiental

El impacto ambiental de la ropa de paca es complejo porque tiene aspectos positivos y negativos. Por un lado puede ayudar al medio ambiente, como explica Karla Díaz para El Sol de México, comprar ropa usada permite que las prendas se utilicen durante más tiempo, lo que evita que terminen rápidamente en la basura, además de reducir la necesidad de producir ropa nueva.

Esta idea coincide con lo que menciona Kompass Posts, donde se señala que la reventa de ropa usada forma parte de una economía circular, ya que alarga el ciclo de vida de los productos textiles. Además, un estudio realizado por Klooster y sus colaboradores demuestra que usar ropa de segunda mano en lugar de comprar ropa nueva puede reducir hasta un 42 % el impacto en el cambio climático y el consumo total de energía por cada uso de la prenda.

De igual forma, la organización Collection 4 Clothes explica que reciclar y reutilizar textiles permite ahorrar materias primas y energía, especialmente si se compara con la producción de ropa nueva que requiere muchos recursos.

Sin embargo, esta industria también genera problemas ambientales importantes. Uno de ellos es la huella de carbono causada por el transporte de grandes cantidades de ropa entre países. El investigador Andrew Brooks advierte que este sistema puede funcionar como una forma de “colonialismo de residuos” en la que los países del Norte Global envían sus desechos textiles a países más pobres del Sur Global.

De acuerdo con Greenpeace International, mucha de la ropa que llega en pacas a lugares como Ghana o Kenia es de tan mala calidad que no se puede vender y se convierte en basura. En Accra, por ejemplo, el administrador de residuos Solomon Noi señala que alrededor del 40 % de los cargamentos diarios de ropa son desechos sin valor que terminan saturando vertederos que no están preparados para recibir tal cantidad de residuos.

Otro problema grave es la contaminación química y por microplásticos, según Kompass Posts, muchas prendas que no cumplen con los estándares de calidad se tiran, lo que contamina el suelo y el agua en los países que reciben estas pacas, además, cuando los textiles

sintéticos se lavan o se descomponen, liberan microfibras de plástico que llegan a los océanos y afectan la vida marina, como señalan Greenpeace y un estudio de la Universidad de Costa Rica.

Andrew Brooks denuncia que, en lugares como Ghana, debido a la falta de sistemas de reciclaje, grandes cantidades de ropa vieja se queman al aire libre, lo que libera sustancias tóxicas y humo que perjudica la calidad del aire y la salud de las personas. Finalmente, Brooks señala una paradoja: este mercado puede fomentar el sobreconsumo de la moda rápida en los países ricos, ya que las personas sienten que pueden deshacerse de su ropa sin consecuencias al pensar que será reutilizada en otro lugar.

¿La ropa se recicla? ¿cuánto?

La ropa es la piedra angular de la industria de la moda, ya que los diseñadores usan estas piezas como un lienzo que les permite plasmar sus ideas y contribuir a una industria que de manera constante busca innovar, experimentar y entregar al mundo ideas que se eventualmente se convertirán o no en tendencia.

Si bien estas palabras nos permiten entender un poco mejor al mundo de la moda, esta industria no se salva de ser repetitiva en algunas ocasiones. Hoy en día se entiende como un sistema que no solo evoluciona, sino también puede traer de regreso tendencias de manera “cíclica”, haciendo que algunas prendas puedan tener una segunda oportunidad en el clóset de otras personas.

Partiendo de la idea de la moda como un sector en constante cambio, es de esperarse que la sobreproducción de algunas prendas y la creación de otras saturan un mercado que nos hace creer tener una prenda significa estar “a la moda”, lo que tiene impacto directo en nuestra manera de comprar, usar y desechar la ropa.

Como explica Fabiola Vázquez para la revista Forbes México, la mejor manera en la que se retribuye al medio ambiente es aprovechar al máximo cualquier prenda. A pesar de esto, diversos estudios indican que, en promedio, usamos siete veces una prenda antes de desecharla, cuando, por otro lado, investigaciones pro ambientalistas recomiendan usar al menos 30 veces cada prenda para compensar el impacto ambiental de su producción.

Incluso, se estima que la vida útil de una prenda de larga duración es de 120 puestas o usos. Esto significa que el consumidor promedio usa menos del 25% del “punto de equilibrio ambiental” y apenas un 5% de las veces totales de vida útil.

En el caso de la ropa de paca, se podría decir que gran parte es reciclada, ya que se trata de mercancía usada que proviene de Estados Unidos y es conocida coloquialmente como “paca americana”. Estos lotes o contenedores son comprados en la frontera y traídos para venta en México. Por ello, gran parte de las prendas que son encontradas en los tianguis tienen la posibilidad de ser reutilizadas.

Cabe destacar que no toda la ropa de paca es necesariamente “usada” o “vieja”. En ocasiones, algunas tiendas de ropa suelen vender lotes de ropa que no se logró vender y son estas

prendas nuevas las que se pueden encontrar en las pacas de los tianguis. Es probable que estas prendas hayan tenido un dueño anterior, ya que provienen de contenedores especiales en Estados Unidos donde se recolecta ropa usada, la cuál es donada por personas que ya no la utilizan. Al ser países de primer mundo, el comprar y desechar ropa en grandes cantidades es frecuente.

Añadiendo que estas prendas tienen precios accesibles a comparación de los que se encuentran en tienda. Por esta razón la probabilidad de que la ropa adquirida en estos lugares sea en su mayoría reciclada es alta. Aunque resulta complicado el saber con exactitud el origen de toda la mercancía, gran parte de ella proviene de donaciones de países con altos niveles de consumo.

¿Qué pasa con la ropa que nadie compra en la paca?

Saber qué pasa con tanta cantidad de ropa puede ser complicado ya que al existir tantas prendas, cada una puede tener un destino distinto. Algunas, cuando tienen un deterioro evidente, van directo a la basura, pues al tratarse de un negocio, los comerciantes saben que prendas no se venderán. En muchos casos la decisión queda a criterio de los vendedores.

Las pacas que se hacen en Estados Unidos pasan por distintos procesos para evaluar la calidad de la ropa y separarla en las marcas de mayor prestigio, con el objetivo de obtener un mayor ingreso de las prendas. Generalmente se clasifican en tres categorías: en primera, segunda y tercera. La primera es la paca que cuenta con prendas de más calidad, nuevas o de marcas de renombre; la segunda es ropa buena pero con menor calidad; mientras que la tercera cuenta con ropa más deteriorada o de menor calidad.

Son las prendas de tercera las que tienen mayor probabilidad de terminar en la basura, acumuladas en bodegas o lugares donde se guardan las pacas. En ocasiones, la ropa que lleva más tiempo acumulada es vendida en precios muy baratos desde los 20 pesos hasta incluso un peso. Si aún así no se vende, finalmente es regalada o donada a la gente, conocidos, familiares, clientes o amigos de las personas que se dedican a la venta de ropa de paca.

El futuro de la paca

Un mundo que produce para desechar: ¿qué significa volver a usar?

En un mundo caracterizado por el consumo acelerado y la producción constante de bienes, la industria de la moda se ha consolidado como uno de los sectores más influyentes y, al mismo tiempo, uno de los más problemáticos en términos ambientales. De acuerdo con datos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la fabricación de un solo par de jeans puede requerir hasta 7500 litros de agua, cantidad equivalente al consumo promedio de una persona durante aproximadamente diez años. Esta cifra evidencia la enorme huella ecológica de la producción textil y las consecuencias del modelo dominante de “comprar, usar y desechar”.

Ante este panorama, en las últimas décadas han surgido diversas alternativas de consumo que buscan prolongar la vida útil de las prendas. Una de ellas es el mercado de ropa de segunda mano, conocido popularmente en México como ropa de paca. Desde la década de 1980, los

tianguis se han convertido en espacios de convergencia para la población mexicana, donde este tipo de prendas circulan de manera constante.

Las pacas son lotes de ropa compacta que provienen principalmente de ciudades de EE.UU como Los Ángeles o Nueva York. Estas prendas incluyen ropa usada, excedentes de producción, remates de tiendas departamentales, saldos, liquidaciones, productos de outlet o donaciones destinadas originalmente a la caridad. Sin embargo, en muchos casos estas prendas terminan integrándose a circuitos de reventa donde son comercializadas a precios accesibles.

El coste de las prendas puede variar considerablemente: algunas piezas se venden desde los cinco pesos, mientras otras pueden alcanzar precios cercanos a los mil pesos dependiendo su estado, marca o calidad. En este mercado también existen diferentes clasificaciones de pacas (premium, buena o regular) que determinan el tipo de prendas que contienen. En este sentido, volver a usar ropa implica extender el ciclo de vida de las prendas y reducir la necesidad de producir nuevas piezas textiles. Además, la reutilización permite resignificar prendas antiguas dentro de nuevas tendencias como el estilo vintage o aesthetic, donde el valor radica en la originalidad, la manufactura y la antigüedad de los diseños.

¿Resistencia económica o adaptación obligada?

El fenómeno de la ropa de paca también plantea una pregunta central: ¿se trata de una forma de resistencia económica frente al sistema de consumo dominante o simplemente de una adaptación obligada a las condiciones del mercado?

En México, la comercialización de ropa usada se encuentra en una zona ambigua desde el punto de vista legal. Gran parte de estas prendas ingresan al país mediante prácticas de contrabando conocidas como fayuca o bajo la clasificación de “trapo mutilado o roto” (2021, El sol de México), una categoría arancelaria que permite su importación. Además, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) ha advertido sobre los posibles riesgos sanitarios asociados a este tipo de mercancía, debido a la posible presencia de plagas como ácaros, piojos, chinches o garrapatas.

A pesar de estas restricciones, el mercado de la paca continúa creciendo. Los consumidores siguen adquiriendo estas prendas debido a sus precios accesibles y a la posibilidad de encontrar artículos de buena calidad o incluso de marcas reconocidas como Nike, Adidas o Puma. Para muchas personas, comprar ropa de segunda mano representa una forma de acceder a productos que de otra manera serían difíciles de adquirir en el mercado formal. Al mismo tiempo, la circulación de estas prendas plantea tensiones económicas importantes.

Mientras que para algunos consumidores la paca representa una alternativa económica y una forma de apropiación de la moda, para ciertos sectores de la industria textil nacional constituye una competencia directa que afecta la venta de ropa nueva producida localmente.

Además, el auge de las redes sociales ha ampliado las posibilidades de este mercado. Actualmente, muchas personas compran y venden ropa de segunda mano a través de

plataformas como Facebook Marketplace, WhatsApp o Mercado Libre, lo que ha permitido diversificar los medios de comercialización y ampliar el alcance de este negocio.

El trabajo duro detrás del tianguis

Detrás de cada puesto de ropa de paca existe una red de trabajo que muchas veces permanece invisible para los consumidores. La venta de estas prendas genera oportunidades de empleo para empacadores, vendedores y pequeños emprendedores que encuentran en este negocio una fuente de ingresos principal o complementaria. Cada paca puede contener aproximadamente entre 190 y 200 prendas y pesar alrededor de 45 kilogramos. El valor de estas pacas varía dependiendo de su calidad. De acuerdo con datos recopilados en entrevistas realizadas por TV Azteca en 2023, una paca de alta calidad puede costar cerca de 23,000 pesos, mientras que aquellas con ropa de remate pueden rondar los siete mil pesos.

Los vendedores suelen iniciar con inversiones relativamente pequeñas. En algunos casos, la inversión inicial puede oscilar entre mil y dos mil pesos, aunque los negocios más grandes pueden destinar entre veinte mil y cincuenta mil pesos para adquirir mercancía. Las ganancias mensuales para quienes se dedican a este comercio pueden alcanzar entre doce mil y trece mil pesos, dependiendo del volumen de ventas y de la calidad de las prendas que logren comercializar. Además del esfuerzo económico, la venta en tianguis implica largas jornadas de trabajo, selección de prendas, transporte de mercancía y competencia constante con otros vendedores. Este conjunto de actividades revela que detrás de cada prenda vendida existe un trabajo cotidiano que sostiene el funcionamiento de estos mercados informales.

-El trabajo en el tianguis implica diversos retos. Entre ellos, Ari destaca las condiciones climáticas, pues tanto el calor intenso como el frío incómodo puede afectar las ventas y el tiempo en el que ella se encuentra vendiendo. Su jornada laboral inicia a las 7:30 de la mañana y finaliza aproximadamente a las 6:30 de la tarde, tiempo durante el cual permanece, en su mayoría, de pie acomodando las prendas.

Por otro lado, Ari también enfrenta complicaciones relacionadas a su clientela. Relaciona la pérdida de dinero con las experiencias con los compradores que insisten en bajar el precio de una prenda, ya que, aunque inicialmente se niegue, la presión puede llevarla a acceder y reducir el costo de su mercancía haciendo que su ganancia sea mucho menor o en ocasiones nula. Aunque reconoce que este tipo de situaciones pueden traer dos resultados distintos: por un lado, generar confianza y fidelidad en el cliente, y por otro, que ese cliente jamás regrese, lo que implicaría haber malbaratado las prendas sin beneficio alguno.

Finalmente destaca que la interacción con los clientes es variada: algunos pueden llegar a convertirse en amistades, mientras que otros pueden ser groseros y difíciles de tratar en el momento

El futuro de la paca; posconsumo e hiperconsumo

El crecimiento del mercado de la ropa de paca también refleja las contradicciones del sistema de consumo global. Por un lado, los excedentes de producción de grandes empresas textiles internacionales llegan a países como México, evidenciando las desigualdades económicas

entre distintas regiones del mundo. Por otro lado, estas prendas se convierten en una alternativa para satisfacer necesidades básicas de vestimenta a bajo costo.

En los últimos años, la digitalización del comercio ha transformado este mercado. La posibilidad de vender ropa a través de internet ha democratizado el acceso a este tipo de negocios, permitiendo que más personas participen en la compra y venta de prendas de segunda mano. Actualmente es común que los vendedores publiquen catálogos de ropa en fotografías o videos, ofrezcan envíos a domicilio y utilicen estrategias de venta en línea para atraer nuevos clientes.

El incremento de las ventas digitales, la mejora en los sistemas logísticos y la creciente oferta de prendas han impulsado aún más el consumo de ropa de paca. Sin embargo, este fenómeno también plantea preguntas sobre el futuro del consumo y sobre el papel que desempeñan estas prácticas dentro de un contexto de hiperconsumo global.

En este escenario, la ropa de paca se presenta como una práctica híbrida: por un lado, prolonga la vida útil de las prendas y promueve la reutilización; por otro, forma parte de un sistema económico global donde el exceso de producción textil continúa alimentando nuevos ciclos de consumo. Analizar este fenómeno permite comprender que detrás de cada prenda reutilizada existe una compleja red de factores económicos, sociales y ambientales que invitan a repensar la manera en que producimos, distribuimos y consumimos la moda en la actualidad.