

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

TRABAJO FIN DE GRADO GRADO EN COMERCIO Y MARKETING.

ECONOMÍA CIRCULAR VERSUS MODA

AUTOR: Irene Núñez-Herrador Montes

Gijón, 19 de mayo de 2021.

RESUMEN

El tradicional modelo del sector textil conocido como fast-fashion (moda rápida) desencadena una serie de consecuencias para el medioambiente y la sociedad. Es por ello por lo que es tan importante la implantación de la economía circular dentro de este sector, así como un cambio de mentalidad en los consumidores.

En el presente trabajo se analizan y comparan dos modelos distintos para hacer frente a todo lo que supone la realidad de la economía circular. Por un lado, se estudia uno de los principales grupos del sector textil, Inditex, que ha introducido en su estrategia empresarial numerosas adaptaciones y cambios haciéndose más sostenible, más verde. Por otro lado, se analizan tres nuevos modelos de negocio que nacen como alternativa sostenible al modelo de fast-fashion.

Finalmente, a través de las conclusiones se señalan los motivos que han llevado a esta industria a implantar soluciones y como se han gestionado en los distintos estilos de negocio.

Palabras clave: sostenibilidad, economía circular, moda, fast-fashion, slow-fashion.

ABSTRACT

The traditional model of the textile sector known as fast-fashion triggers a number of consequences for the environment and society. That is why the implementation of the circular economy within this sector is so important, as well as a change of mindset in consumers.

This work analyses and compares two different models to address all that the reality of the circular economy entails. On the one hand, one of the main groups in the textile sector, Inditex, is studied, which has introduced in its business strategy numerous adaptations and changes becoming more sustainable, greener. On the other hand, three new business models are analyzed that are born as a sustainable alternative to the fast-fashion model.

Finally, the conclusions outline the reasons that have led this industry to implement solutions and how they have been managed in different business styles.

Keywords: sustainability, circular economy, fashion, fast-fashion, slow-fashion.

ÍNDICE

Introducción	1
1. Economía circular.....	2
1.1. Objetivos de desarrollo sostenible.	6
2. Economía versus moda.....	8
2.1. Impacto economía circular en la moda.	8
2.1.1. Principales certificaciones.....	12
2.2. Empresas existentes y sus acciones.	13
2.3. Nuevos modelos.....	19
2.4. Emprendimientos que ocasionan un cambio.....	24
2.5. Movimientos relacionados.	25
3. Estudio comparativo Inditex versus 3 nuevos modelos de negocio.....	29
3.1. Inditex.....	29
3.1.1. Análisis actuaciones.	30
3.1.2. Modelo de negocio.....	31
3.1.3. Contribución al desarrollo sostenible.....	32
3.1.4. Respeto de los derechos humanos.....	33
3.2. Nuevos modelos de negocio.....	34
3.2.1. Ecodicta.....	34
3.2.2. Vinted.....	36
3.2.3. Act and be.....	37
4. Conclusiones	39
Bibliografía.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: Principios de la economía circular.....	4
Figura 1.2: Principios que guían el modelo de economía circular.	5
Figura 1.3: Objetivos del desarrollo sostenible.	7
Figura 2.1: Impactos negativos de la economía lineal en la industria textil.....	10
Figura 2.2: Principales certificaciones de sostenibilidad.....	13
Figura 2.3 Utilización de las prendas en el programa de reciclaje Mango.....	15
Figura 2.4: Pilares fundamentales programa de Tommy Hilfiger.....	17
Figura 2.5: Listado de plataformas de alquiler de ropa.....	21
Figura 2.6: APPS de venta de ropa.	22
Figura 2.7: Propuestas moda eco.	23
Figura 2.8: Propuestas de moda innovadoras.....	24
Figura 3.1: Acciones para reducir impacto en el medioambiente Inditex	30
Figura 3.2 Estrategia de derechos humanos de Inditex.....	33
Figura 3.3 Puntos fuertes de Ecodicta.....	35
Figura 3.4 Vender y comprar ropa a través de Vinted.....	37

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el mundo se encuentra muy globalizado, los problemas dejan de ser locales y pasan a alcanzar dimensiones internacionales. Todos ellos son provocados en su mayor parte por el sistema de producción y un consumo humano descontrolado que pocas veces se ha preocupado por las consecuencias que esto tendría. Gracias a la economía circular, se logra que el ser humano deje de verse como una amenaza, y pase a ser un elemento imprescindible para el mantenimiento del medioambiente y, por otro lado, las empresas aumentan sus beneficios y reducen sus gastos. Tras una serie de investigaciones, se llegó a la conclusión de que, si no se hacía algo, llegaría el día en el que el ser humano no podría satisfacer sus necesidades.

Poco a poco los recursos naturales se están agotando a un ritmo mayor del que la tierra es capaz de regenerarlos. En 2012, se necesitó la biocapacidad de 1,6 planetas para suministrar los recursos naturales. Por otro lado, se puede observar como la población va aumentando cada vez más (5.700 millones de personas en 1995, siendo la estimación para 2030 de alcanzar los 8.500 millones). Debido a las cifras logradas, el Global Footprint Network, creó el "Día de exceso de tierra". Con esto intentaban fijar el día del año en el que se agota el consumo de recursos presupuestados para ese año. En 1970 ese día fue el 23 de diciembre, en el 2000 el 1 de octubre y en el 2016 el 8 de agosto. Cada vez se consumen antes los recursos naturales de los que se dispone. El crecimiento de la población, del consumo y como consecuencia de la generación de residuos, es uno de los pilares que ha incitado a la puesta en marcha de un nuevo sistema económico llamado economía circular.

El concepto de economía circular cada día penetra más en todos los sectores, uno de ellos, el textil, a año 2020 el segundo más contaminante de la industria. Es por ello, que cada vez más empresas incorporan formas sostenibles de producción y teniendo en cuenta los estándares éticos adecuados. En el presente trabajo nos centraremos en analizar la situación actual de la industria de la moda en lo referente a la economía circular. Se presenta un análisis comparativo de una de las mayores compañías del sector de la moda, Inditex, frente a tres nuevos modelos de negocio que han surgido a raíz de la implementación de la economía circular en este sector, Ecodicta, Vinted y Act And Be.

1. ECONOMÍA CIRCULAR

Cuando se habla de economía circular, se hace referencia a un concepto económico que se encuentra estrechamente relacionado con la sostenibilidad y con un nuevo modelo económico. Lo que se busca con la economía circular, es mantener el valor de los productos, materias primas y recursos utilizados (agua, energía, ...) el mayor tiempo posible dentro de la economía. Con este proceso, se intenta cambiar el actual modelo lineal por uno que se asemeje lo mas posible al sistema que presenta la naturaleza, de manera que se optimice la utilización de los recursos y se reduzcan los residuos. Es decir, que los productos estén siempre en circulación.

Su principio es “no cerrar el ciclo de vida de los productos”, sino la utilización de materiales para la producción que no contaminen ni generen residuos y que puedan ser empleados nuevamente para la fabricación de otros productos.

En el mundo, existe un esquema lineal en el cual se sobreexplotan los recursos (los cuales no son ilimitados). Esos recursos son susceptibles de ser introducidos otra vez en el ciclo de producción, pero en cambio se eliminan. Lo que pretende la economía circular, es pasar de una cultura de “usar y tirar” a una de “durar, reparar y reciclar”. De este modo, los productos serán fabricados para durar más y en el momento que su ciclo de vida se acabe, podrán ser desmontados e incorporados de nuevo como componentes al ciclo de producción. Además, gracias a la economía circular se trabaja con el uso de fuentes renovables, es decir, recursos que pueden ser restaurados después de un tiempo.

La economía circular es un nuevo modelo llamado a cambiar radicalmente los estándares tradicionales de producción y consumo. Su principal característica, según define la Fundación para la economía circular es “la intersección de los aspectos ambientales y económicos”. Considera que el ser humano no solo forma parte del medioambiente, sino que es esencial para su desarrollo.

No es posible establecer una fecha concreta para la aparición de la economía circular, pero gracias a una serie de académicos, empresas y líderes de opinión que llevaron a cabo su aplicación práctica a finales de los años 70, se puede decir que fue entonces cuando cobró un gran impulso, aunque no fue hasta los años 90 cuando se comenzó a desarrollar plenamente. Desde ese momento, empezaron a surgir distintas filosofías que hacen énfasis en esta economía y en cómo aplicarla al mundo actual. La economía de rendimiento, la ecología industrial, el capitalismo natural y la economía azul entre otras.

Uno de los primeros en observar que el sistema de producción lineal traería consecuencias devastadoras, fue Thomas Malthus, quien publicó en 1798 *An Essay on the Principle of Population*, donde dejaba escrito “el peso de la población es tan superior a la capacidad de la Tierra para permitir la subsistencia del hombre, que una u otra forma de muerte prematura acabará por visitar a la raza humana”, aunque su visión era muy pesimista, dos siglos después se comprueba que tenía razón.¹

¿Por qué ahora? Actualmente nuestra economía se encuentra en un sistema en el que todo favorece el modelo de producción lineal y consumo, pero este es cada vez mas débil debido a presiones que ejercen tendencias como:

- Evidencia de la escasez de recursos, lo que ha supuesto la creación de nuevos estándares medioambientales más estrictos.
- El desarrollo de nuevas tecnologías mediante las cuales se puede realizar un uso más eficiente de los recursos.
- La aparición de una nueva generación de consumidores más concienciados y más preocupados por disponer del producto que de poseerlo.

La economía circular presenta numerosos beneficios, entre ellos se pueden citar (Heriz, 2018):

- **Mejora la seguridad en el suministro de materias primas y reduce la dependencia de las importaciones.** Aumenta el ciclo de vida de los productos e incorpora esos residuos a la economía, así se reduce la demanda de materias primas vírgenes para la fabricación de productos y se reducen también las importaciones.
- **Mejora del medioambiente.** Se dejan de extraer materias primas, se reduce el uso de combustibles y se logra que los impactos ambientales que se producen durante el ciclo de vida de los productos disminuyan

¹ Esto hace referencia a la aparición del concepto en sí de economía circular, pero la práctica se puede remontar al paleolítico o neolítico donde reutilizaban, por ejemplo, la cerámica que al estar hecha de arcilla podían fundirla para la fabricación de otros materiales. En aquella época, estas prácticas no se llevaban a cabo por conciencia por el medioambiente sino por necesidad, no obstante, la base de la economía circular empezaba a aparecer.

(disminución de uso de recursos, de generación de residuos y del consumo de energía).

- **Innovación y crecimiento económico.** Los nuevos modelos de negocio favorecen la innovación.
- **Consumo sostenible y oportunidad de nuevos trabajos.** Toda la innovación que va asociada a la reutilización, ecodiseño o reciclaje propicia que se forme un consumo más sostenible. Además, al desarrollarse nuevas áreas de trabajo, se generan nuevos empleos.
- **Beneficios para los consumidores.** Productos más duraderos e innovadores que proporcionan a los consumidores ahorro y mayor calidad.
- **Genera nuevos empleos.** Por ejemplo, en sectores como el de la gestión de residuos.
- **Reduce gastos y ahorra dinero.** Gracias a la prevención, reutilización y diseño ecológico.
- **Uso de la menor cantidad de energía posible durante la elaboración de productos.**

Tal y como se muestra en la figura 1.1, la economía circular se basa en 3 principios básicos: preservar y optimizar el capital natural, optimizar el rendimiento de los recursos y promover la eficacia de los sistemas.

Figura 1.1: Principios básicos de la economía circular

Preservar y optimizar el capital natural

Cuando se necesiten recursos, el sistema circular los elegirá razonadamente y utilizará las tecnologías y procesos que usen recursos renovables cuando sea posible.

Optimizar el rendimiento de los recursos

Los productos serán diseñados para poder volver a fabricar, reacondicionar o reciclar. Con estos sistemas se maximiza su vida útil. Los sistemas circulares maximizan el uso de materiales con base biológica.

Promover la eficacia de los sistemas

Incluye reducir daños en ámbitos como el de la alimentación, movilidad, educación, sanidad y ocio y gestionar factores externos como el uso del suelo, contaminación acústica, aire y agua.

Fuente: Belda Hériz (2018, pg. 70).

Es posible diferenciar 2 ciclos dentro de la economía circular: ciclo técnico y ciclo biológico. El primero hace referencia la coordinación de reservas de materias finitas. Normalmente las materias técnicas se recuperan y la mayor parte de estas se introducen de nuevo en el ciclo técnico. En cuanto al segundo, el ciclo biológico se relaciona con el tráfico de materias renovables. Los recursos biológicos generalmente se regeneran en el ciclo biológico (Fundación Ellen MacArthur).

En lo referente a la economía circular, se debe tener en cuenta una serie de principios que guían el modelo y hacen referencia a lo que se puede denominar Multi R, que implica una serie de conceptos que se encuentran resumidos en la figura 1.2. En concreto, se hace alusión a términos como: repensar, rediseñar, refabricar, reparar, redistribuir, reducir, reutilizar, reciclar y recuperar.

Figura 1.2: Principios que guían el modelo de economía circular.

Repensar	Análisis de nuestro modelo actual para convertirlo en un modelo circular.
Rediseñar	Volver a diseñar los actuales modelos de producción en el contexto de la industria y sociedad.
Refabricar	Volver a fabricar de manera sostenible usando como materias primas elementos reciclados.
Reparar	Arreglar los productos que hasta ahora daban por terminada su vida útil.
Redistribuir	Redistribuir los materiales para un mejor aprovechamiento.
Reducir	Reducir el consumo y gasto de materias primas en la producción y consumo.
Reutilizar	Dar un nuevo uso a los productos en función de nuevos sistemas y piezas de fabricación.
Reciclar	Base fundamental para aumentar el ciclo de vida de los productos.
Recuperar	Recuperar la energía en función del ahorro energético y la reutilización de productos.

Fuente: Belda Hériz (2018, pg. 78).

Como reflexiones de lo señalado hasta el momento, se puede decir que la economía lineal es la que aún predomina en el mundo actual. Hace referencia a “coger, usar y desechar”. No busca cuidar el medioambiente y el entorno que nos

rodea, sino que su objetivo es obtener los máximos beneficios y abaratar lo más posible los costes. En cambio, la economía circular es todo lo contrario, es la antítesis del método lineal. Se trata de un modelo regenerativo que intenta que los productos mantengan su valor el mayor tiempo posible, proporcionando beneficios ambientales, sociales y añadiendo valor a las empresas (este es el camino hacia el que nos deberíamos dirigir)

Como una vía para conseguir el desarrollo de la economía circular en los diferentes sectores, se presentan en el siguiente epígrafe los objetivos de desarrollo sostenibles ligados a este modelo económico.

1.1.RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) consisten en un plan de acción a favor de las personas, planeta, prosperidad y paz a largo plazo (15 años) formado por 17 principios y 169 metas a lograr por todos los estados miembros de las Naciones Unidas, tomando como referencia el año 2030. Se trata de un marco consensuado de acciones para conseguir abordar los retos globales de la humanidad. A través de ellos, se intenta satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad para satisfacer las necesidades de las generaciones futuras.

La economía circular, está muy ligada con estos objetivos y se puede afirmar como la evolución hacia un modelo económico circular está en paralelo con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Los 17 objetivos que constituyen el plan de acción se resumen en la figura 1.3. Se puede ver que la economía circular actúa como palanca clave para alcanzar algunos de ellos, los cuales se encuentran especificados a continuación. (puntos 7, 9 y 12).

Figura 1.3: Objetivos de desarrollo sostenible

1. Fin de la pobreza.	2. Hambre cero.	3. Salud y bienestar.	4. Educación de calidad.	5. Igualdad de género.	6. Agua limpia y saneamiento.
7. Energía asequible y no contaminante.	8. Trabajo decente y crecimiento económico.	9. Industria, innovación e infraestructura.	10. Reducción de las desigualdades.	11. Ciudades y comunidades sostenibles.	12. Producción y consumo sostenible.
13. Acción por el clima.	14. Vida submarina.	15. Vida de ecosistemas terrestres.	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	17. Alianzas para lograr los objetivos.	

Fuente: Estévez, (2020).

- **ODS7 Energía asequible y no contaminante.** Aumentar la proporción de energías renovables en el conjunto de fuentes energéticas y duplicar la tasa mundial de mejora de eficiencia energética. Pasar a una economía circular ayudará a lograr estas metas debido a que los contaminantes fósiles serán sustituidos por nuevos recursos y otras fuentes de energía.
- **ODS9 Industria, innovación e infraestructura.** Modernizar las infraestructuras y reconvertir la industria para que sea más sostenible y aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países.
- **ODS12 Producción y consumo responsable.** Este principio está situado en el centro de la economía circular. A través de él se intentará borrar los patrones lineales de producción y consumo a favor de un modelo circular.

Para implantar este nuevo modelo es necesario implicar a empresas, consumidores y administraciones públicas. El desarrollo de esta nueva economía debe impulsar el logro de los ODS y ayudar a lograr la reorientación sostenible de los países.

2. ECONOMÍA CIRCULAR VERSUS MODA

La economía circular ha cobrado una gran importancia en distintos sectores. Cuando se diseña un producto no solo se debe pensar en su utilidad, sino que es necesario prevenir como se va a reutilizar cada pieza. Todos los procesos de fabricación de bienes y servicios requieren un coste ambiental, ya sea en la producción o al finalizar su ciclo de vida.

Se tiende a pensar que la economía circular solo afecta a los envases o productos de gran consumo, pero también está presente en sectores como el de la construcción; el sector hotelero; el sector industrial o la moda entre otros.

Éste trabajo estará centrado en estudiar la economía circular en el sector de la moda analizando las distintas actividades llevadas a cabo por las empresas del segundo sector más contaminante.

2.1. IMPACTO ECONOMÍA CIRCULAR EN LA MODA

La industria de la moda además de ser bastante contaminante también es muy derrochadora. Según un artículo publicado en diciembre de 2019 en el blog de Mobiliario Comercial Maniqués (MCM), la falta de reciclaje en el sector ha producido una pérdida por valor de más de 500.000 millones de dólares al año. La industria textil implica una larga cadena de producción, desde obtener las materias primas hasta la fabricación de la ropa. Además, también se debe tener en cuenta la logística, el consumo y finalmente su eliminación.

La aceleración de la producción ha contribuido a la concentración de la industria para poder beneficiarse de las economías a escala y ha hecho que se simplifique la calidad y la cantidad de intermediación. A principios del siglo XX, con la revolución industrial y todo el avance tecnológico que supuso, el trio calidad-cantidad-rentabilidad ya no era compatible y dio comienzo la “era no sostenible”. Al igual que muchos sectores, la moda también ha sido víctima de la obsolescencia programada ².

La industria textil fue sostenible hasta la expansión del mercado masivo, hasta entonces, se puede decir que la economía circular ya se aplicaba a la moda. Por un lado, la gente tenía poca ropa y recursos, por lo que la mayoría reutilizaban las

² Este término hace referencia a un sistema mediante el cual los productos se diseñan para tener una duración determinada.

telas para confeccionar nuevas prendas y, por otro lado, la ropa pasaba de padres a hijos y de hijos a nietos hasta que no se podía usar más. Antiguamente el ciclo de vida de los productos era mucho más largo, pero poco a poco, la moda rápida fue abriéndose paso en un mundo cada vez más globalizado, donde la producción se lleva a países en los que la mano de obra es más barata haciendo que se abarate el coste de los productos, y como consecuencia, disminuya su calidad, obligando al consumidor a una compra ocasional y a un desperdicio de la materia prima mayor. El hecho de que los productos cuesten menos hace que se puedan cambiar por otros nuevos rápidamente. Si que es cierto que, debido al agotamiento de los recursos, la industria textil está luchando por convertirse en lo más sostenible posible, por ejemplo, existen diseñadores que se encuentran centrados en crear marcas con valores humanos y medioambientales.

Un factor determinante para no reciclar algunas prendas es la dificultad de separar sus componentes (botones, cremalleras...). Esta tarea lleva tiempo y muchas empresas de reciclaje prefieren deshacerse del producto antes que invertir tiempo en ello. Un reto para los diseñadores consiste en confeccionar prendas más sencillas de “desmontar”.

La industria de la moda funciona actualmente bajo un modelo de producción lineal. Se fabrica la ropa y los consumidores la usan y la tiran sin que vuelva a entrar en el ciclo de producción. Esto, da lugar al concepto conocido como “moda rápida” o “*fast fashion*”. Cada una de las etapas que se llevan a cabo en la industria textil, producen agresiones al medioambiente. En la figura 2.1 se reflejan algunas de las más relevantes, como pueden ser contaminación, residuos, uso de materias primas, agua, reciclaje...

Figura 2.1: Impactos negativos de la economía lineal en la industria textil

Contaminación	Es la segunda industria más contaminante después de la del petróleo como consecuencia del uso de pesticidas en la fabricación de los productos.
Residuos	Durante la fabricación de las prendas, se generan inmensas cantidades de residuos textiles. En España, cada año más de 800.000 toneladas de desechos textiles acaban en la basura sin la oportunidad de darles un segundo uso. Según la Asociación ibérica de reciclaje textil, eso significa que el 90% de los textiles van directos al vertedero.
Uso de materias primas	La industria textil utiliza el 97% de sus materias primas de fuentes vírgenes y únicamente un 2% de fuentes de reciclaje. De 53 millones de toneladas de fibra el 12% se desperdicia en la producción de las prendas.
Agua	Se utilizan grandes cantidades de agua dulce para el teñido de los textiles y esos procesos generan líquidos residuales que en muchas ocasiones son vertidos a ríos y mares sin tratar.
Reciclaje	Debido a la falta de reciclaje se pierden más de 500 mil millones de dólares cada año.
Uso de derivados petroquímicos	Como por ejemplo el poliéster y nylon que no son biodegradables. Según estudios, se estima que es necesario unos 70 millones de barriles de petróleo para producir el poliéster cada año.
Uso de algodón	Fibra natural más usada. Para la fabricación de 1kg de algodón se necesitan 10.000 litros de agua. Además, es uno de los cultivos que más depende del uso de sustancias químicas para su fabricación. Representa únicamente un 2,4% de los cultivos del mundo, pero consume el 10% de productos químicos agrícolas y el 25% de los insecticidas.
Emisiones de carbono	Se liberan más de 1.200 millones de toneladas anuales de emisiones de carbono, la cual supera las emisiones de los vuelos internacionales y marítimos juntos.
Uso	Según una estimación de la Fundación Ellen MacArthur, el número de veces que nos ponemos las prendas antes de tirarlas a la basura ha disminuido un 36,3% entre 2002 y 2016.

Fuente: <http://www.generacionvitnik.com/2018/08/06/la-industria-textil-y-la-problematICA-ambiental/>

El *fast-fashion* hace referencia a la producción de prendas de vestir rápidamente y en grandes volúmenes. El comportamiento del consumidor a ese respecto se corresponde con el binomio comprar-tirar:

- Consume muchos recursos, por ejemplo, elevadas cantidades de agua. Por ejemplo, la fabricación de un pantalón conlleva el uso de 3.000 litros de agua.
- Generación de grandes volúmenes de residuos.
- Las prendas no tienen la calidad suficiente como para ser usadas varios años por lo que hace que aumente la rueda del consumo.
- Las condiciones de los trabajadores son injustas, de esa forma se logra el abaratamiento de los productos. Trabajan muchas horas por salarios muy reducidos. Generalmente la producción de estos productos se realiza en países en vías de desarrollo a un coste mínimo.

Poco a poco la población se ha ido concienciando de que es necesario un cambio. La industria de la moda se convirtió en la segunda más contaminante, siendo un 20% de los residuos que genera el planeta procedente de ella. De este modo surge el “*slow-fashion*” o “moda ecológica”.

El *slow-fashion* es lo opuesto al *fast-fashion*. Promueve la transparencia de los procesos de producción de las prendas, de modo que los consumidores sepan quién, dónde y cómo se fabrica la ropa que compran. El término surgió en el 2007 por Kate Fletcher (profesora de sostenibilidad, diseño y moda en Londres). Esta expresión ganó gran notoriedad tras la tragedia de la fábrica de ropa de Bangladesh en 2013, donde más de 1.000 personas fallecieron al caerse el edificio (no cumplía las condiciones de seguridad mínimas) donde trabajaban. (Blog ecverde “Slow Fashion, por qué unirse al movimiento de moda sostenible”)

El *slow-fashion* apoya el consumo responsable, mediante el cual se intenta concienciar a los consumidores sobre el impacto de las prendas en el medioambiente. Esta tendencia fomenta productos que no contaminen el medioambiente y que sean biodegradables, sus principales características son:

- Apoya a empresas con poco personal y que fabrican localmente.
- Apuesta por el reciclaje y ropa de segunda mano.
- Incita la donación de prendas de ropa que no se usan.
- Utilización de materiales sostenibles.

Una de las opciones para vestir de una forma más sostenible, es dándole uso a prendas que otras personas ya hayan retirado de sus armarios o vestidores.

Reutilizar ropa hace que se aprovechen al máximo los recursos con los que esa prenda se fabricó. Existen establecimientos dedicados a poner en venta ropa de segunda mano. Otra opción puede ser a través del comercio justo, o de las propias tiendas mediante el uso de contenedores para reciclar ropa.

Analizando las grandes franquicias, se puede observar como las prendas de estos establecimientos son baratas, de poca calidad y fabricadas según la moda/tendencia de ese momento, por lo tanto, al comprarlas se puede predecir que durarán poco porque se estropearán o se pasarán de moda. El proceso de fabricación de las prendas de ropa engloba el material, la mano de obra, el transporte etc. por lo tanto, obteniendo estos productos a precios relativamente reducidos es muy probable que en alguna de las actividades de la cadena no se este pagando justamente. La mayoría de las veces resulta ser la mano de obra, con sueldos bajos y que trabajan en malas condiciones e incluso no cuentan con seguros. También influye la deslocalización de las empresas, llevándose a países en desarrollo donde los costes son inferiores.

2.1.1. Principales certificaciones.

Una forma de hacer realidad el cambio en la industria de la moda sería centrarse en mirar las etiquetas para conocer la procedencia de las prendas. De este modo, no se adquirirán productos que hayan sido fabricados en condiciones poco dignas de trabajo o perjudiciales para el medioambiente. En ocasiones con comprobar la zona geográfica es suficiente, pero si no, se puede comprobar si cuentan o no con certificaciones. En la figura 2.2 se encuentran algunas de las principales:

Figura 2.2: Principales certificaciones de sostenibilidad

AENOR	A través de ella se da a entender que la empresa que posee esta certificación es objeto de evaluaciones y que AENOR las ha aprobado. Mediante este certificado la empresa demuestra que tiene un sistema eficaz de gestión ambiental y compromiso con la preservación del entorno.
Eco-Label	También conocida como "la flor" es un sistema de certificación de la UE y ayuda a los consumidores a identificar productos y servicios de calidad garantizada, ecológicos y respetuosos con el medio ambiente.
Fair Wear Foundation	Esta compuesta por 8 normas laborales y sobre derechos humanos.
OEKO-TEX Standard	Centrada en la limitación de ciertas sustancias nocivas en la fabricación de los productos y verifica que las limitaciones se están cumpliendo por parte de la empresa. Establece criterios para evitar el uso de sustancias nocivas, y vigila que los textiles se fabriquen en condiciones respetuosas con el medioambiente.
NATURTEXTIL INV certified BEST	Cubre todos los aspectos de producción sobre el cumplimiento de criterios sostenibles y sociales. Es la más estricta actualmente, ya que obliga a que el 100% de las fibras que se utilicen sean ecológicas certificadas y por otro lado, también es la más restrictiva en cuanto a prohibiciones.
Fairtrade	Sellado de comercio justo a nivel internacional.
Madre in Green	Es una certificación ecológica y social internacional, y se basa en tres pilares. Producto: que carezca de sustancias nocivas. Medioambiente: que se respete el medioambiente en los centros de producción. y temas sociales: respeto por los derechos humanos y derechos de los trabajadores.
GOTS	Es la principal norma ecológica. Se podrán certificar bajo esta norma los productos textiles con al menos un 70% de fibras orgánicas.

Fuente: Delgado Luque (2019, pg.105)

2.2. EMPRESAS EXISTENTES Y SUS ACCIONES

Tal y como se ha comentado, la industria textil es la segunda más contaminante del planeta y es por ese motivo por el que cada vez más empresas optan por llevar a cabo estrategias que ayuden a combatir estos problemas. El sector de la industria de la moda es muy importante para la economía, ya que genera empleo a una elevada cantidad de personas y grandes oportunidades para las macro y pequeñas empresas en España. Es por este motivo por el cual, si se logra pasar de un modelo lineal a un modelo circular en el que se minimice el riesgo a acabar con los recursos disponibles, se generarían impactos positivos para la economía, el medioambiente y la sociedad.

Algunas de las empresas punteras en el sector textil ya llevan a cabo técnicas y estrategias para lograr este cambio y contribuir a la mejora. Entre estas empresas se pueden encontrar H&M, Mango, Tommy Hilfiger y Camper. A continuación, se detallan más profundamente algunas de sus actuaciones.



La marca no promueve una cultura de usar y tirar, para ellos lo principal es que sus clientes disfruten de sus prendas favoritas durante el mayor tiempo posible. En H&M siempre ha sido importante llevar a cabo actuaciones que permitan, tanto a las generaciones presentes como futuras, disfrutar de la moda. En su transición hacia una producción más ecológica han llevado a cabo numerosas acciones.

Science Story es una colaboración llevada a cabo entre H&M y una serie de investigadores y científicos que crean materiales para reducir el impacto ambiental de la industria textil. Esta colaboración ha incluido Desserto, un cuero obtenido a partir de cactus, una planta que necesita poca agua para crecer, lo que ayuda a reducir el consumo de agua.

Colaboración con danone AQUA denominada “bottle2fashion”. Se trata de transformar botellas de plástico que terminarían en el vertedero en ropa. Las botellas son recogidas, limpiadas, transformadas y recicladas en fibras de poliéster para luego confeccionar prendas de ropa. Esta acción supone el ahorro de energía y la reducción de emisiones de CO2 como consecuencia de evitar el uso de poliéster. Esta temporada 2020/2021 se recogerán unos 3,5 millones de botellas luchando por aumentar la cifra más adelante.

Por otro lado, en el año 2013 implementaron el programa Garment Collecting o recogida de ropa que actualmente (año 2021) es el más grande del mundo. Mediante este programa, la marca enseña a los consumidores a cuidar mejor las prendas para aumentar su ciclo de vida y ofrecen a los usuarios la opción de reciclar sus productos (independientemente de la marca que sean) a cambio de un cupón de descuento para su próxima compra. Y en caso de únicamente querer una prenda para un tiempo concreto, la marca implantó su sistema de alquiler en una de sus tiendas de Estocolmo en donde se permitía alquilar trajes de su colección Conscious Exclusive. Con su iniciativa en 2019 se recogieron 29.005 toneladas de ropa, el 40% más que el año anterior.

La empresa H&M se ha propuesto varios objetivos, el primero para 2030, en el que intentarán que todos sus productos se fabriquen a partir de materiales

recicladados, actualmente ya han logrado una cifra del 57%. El segundo objetivo es para el año 2040, una moda climate-positive. Se pretende eliminar más gases de efecto invernadero de los que se crean, para ello estudian nuevas formas de preparar, transportar y empaquetar sus productos.

Entre todas estas iniciativas y acciones la compañía pretende dar un gran paso hacia la economía circular, siendo lo más transparente posible e innovar en nuevas medidas que les ayuden a estar cada día más cerca de convertirse en una empresa 100% sostenible.

MANGO Año tras año, la compañía avanza en la construcción de una estructura y una visión más afianzada de la responsabilidad social. La marca trabaja la sostenibilidad en línea con los objetivos de desarrollo sostenible de la Organización de las Naciones Unidas.

Mango apuesta por el uso de fibras sostenibles. Su objetivo se centra en ir aumentando gradualmente la proporción de este tipo de fibras en sus colecciones, por este motivo, se compromete a que, en el año 2025, el 100% de su algodón sea de origen sostenible, (en 2020 64%), el 50% de su poliéster sea reciclado (en 2020 el 19%) y en 2030, el 100% de sus fibras de celulosa sean de origen controlado.

La compañía realizó un estudio de huella hídrica como parte de su plan Take Action, llegando a la conclusión de que la producción de un tejanero implica un consumo de 1700 litros de agua.

Mango lanzó la colección Committed, la cual está formada por prendas fabricadas al menos con un 30% de fibras sostenibles. Los materiales y procesos sostenibles son cada vez más importantes, algunos de los elegidos por esta marca son: lino, papel y cartón certificados, lana reciclada y fibras de celulosa certificadas. Además de esto, la marca cuenta con un programa de reciclaje. En el año 2020 donó 42 toneladas de prendas para su reutilización o reciclaje. Su proyecto se denomina Second Chances y surgió en el año 2015. Se comprometen a dar una nueva vida a los residuos textiles. A través de sus contenedores reciclan ropa y calzado de cualquier marca, cuenta con 619 contenedores en 11 países.

Figura 2.3 Utilización de las prendas en el programa de reciclaje.



En la figura 2.3 se puede observar a que se destinan esas prendas y su %. Un 58% se destina a reutilización internacional frente al 1% de reciclaje para llevar a cabo nuevas funciones. Fuente: Mango

Desde principios de 2021, donó 385.000 prendas y accesorios de su stock para reutilizarlos o reciclarlos, y gracias a su asociación con Moda Re³, logran seguir dándoles una nueva vida a los excedentes de forma continuada.

Otra de las acciones llevadas a cabo por la empresa, es trabajar para conseguir hacer el embalaje 100% sostenible eliminando y reduciendo plásticos. Mango está comprometida a eliminar poco a poco el uso de bolsas de plástico y reemplazarlas por bolsas de papel en toda la cadena de producción.

Continúan mejorando sus prácticas de sostenibilidad para cumplir con los objetivos del Fashion Pact firmado en el año 2019, entre ellos, la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en un 30% para el año 2030. También luchan por eliminar cualquier práctica que conlleve maltrato animal para la obtención de materiales, uniéndose en el año 2018 al compromiso PETA para dejar de usar lana mohair en el año 2020 debido a las técnicas crueles para lograrla. (Bayo, 2019).

Como último lanzamiento, en mayo de 2021 la empresa reforzó su apuesta por la innovación lanzando al mercado una colección cápsula fabricada a partir de tecnología de impresión 3D. Las prendas se pueden encontrar en todos los países donde este disponible el e-commerce de la marca. Los productos se fabricaron a partir de una fibra sostenible y reciclable impresa. El proyecto ha sido una colaboración con Comme Des Machines, una compañía líder en producción de moda sostenible a partir de impresión 3D. Gracias a esta nueva técnica no se han generado residuos en la fabricación de estas prendas.

³ Moda Re es un programa solidario de Cáritas mediante el cual consiguen dar una nueva vida a la ropa. Permite generar empleo, impulsar la participación social y mejorar la reutilización de las prendas y el reciclaje.

TOMMY HILFIGER Al igual que las marcas anteriores, la compañía lucha por crear productos totalmente circulares que estén fabricados a partir de materiales sostenibles. Entre sus objetivos de 2020 se encuentra obtener el 100% de su algodón de fuentes sostenibles.

En el año 2013, pasaron a formar parte de la iniciativa Better Cotton Initiative, y en el año 2018, la marca adquirió el 65% de su algodón de fuentes sostenibles a nivel global y fabricó sus primeros productos de algodón 100% reciclado.

Impulsó un programa denominado “Make it Possible” con horizonte 2030. Este programa de sostenibilidad pretende reforzar el compromiso de la empresa para lograr una moda que no desperdicie nada. Está formado por 24 objetivos centrados en la economía circular y la inclusión y estando repartidos en 4 pilares fundamentales: *Circle round*, *Made for life*, *Everyone Welcome* y *Opportunity for All*. Todos ellos se encuentran definidos en la siguiente figura.

Figura 2.4: Pilares fundamentales programa de Tommy Hilfiger

Circle Round	Crear productos 100% circulares y que pertenezcan a un proceso sostenible.
Made for life	Producir teniendo en cuenta los límites del planeta como el cambio climático, agua, contaminación y uso de la tierra.
Everyone Welcome	Ser una marca totalmente inclusiva y accesible para todos.
Opportunity for All	Crear igualdad de oportunidades.

Fuente: Almena (2020).

Esta acción se inicia a través de la estrategia “*Fashion Forward*” de su empresa matriz PVH. La estrategia contaba con 15 prioridades creadas para reducir los impactos negativos a 0 y aumentar los positivos al 100%.

En el año 2019 se unió al Fashion Pact⁴ y se sumó a la Fundación Ellen MacArthur Make Fashion circular y a la Jeans Redise Guidelines.

Otro de sus objetivos propuestos es la gestión del agua y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. La compañía creó un programa de denim (vaquero) sostenible mediante el cual intentan incrementar el uso de técnicas de acabado innovadoras que reduzcan el impacto medioambiental. A través de estas técnicas se reducirá el agua, la energía y los productos químicos en el proceso.



Desde sus inicios la marca de zapatos ha intentado incorporar acciones sostenibles y respetuosas con el medioambiente. Entre las acciones llevadas a cabo por esta empresa se puede destacar varias relacionadas con la confección de sus artículos:

- 1993 lanzaron el primer zapato fabricado con materiales naturales como el lino, rafia y esparto.
- En 2004 lanzan Peu, un zapato ergonómico fabricado a partir de pieles vegetales.
- En 2019 comienzan a eliminar los plásticos nuevos de sus productos y buscan nuevas alternativas.
- En 2021 lanzaron la primera colección creada a través de zapatos usados denominada ReCrafted, bajo el logo “Made to Walk Again, con la que buscan alargar la vida de los productos y evitar que terminen en el vertedero”, una nueva colección de calzado reciclado.

La empresa va mucho mas allá de la manera en la que confecciona sus productos, también ha llevado a cabo actuaciones como la creación de un “Jardín comestible”, cuya idea era crear huertos ecológicos en escuelas donde los niños aprendan a cultivar sus propios alimentos. En el año 2003 crearon una escuela de cultivo en Mallorca para enseñar técnicas agrícolas sostenibles a sus habitantes, y un año después, abrieron en Barcelona un restaurante llamado FoodBALL, con

⁴ Coalición de empresas de la industria textil incluyendo a sus proveedores y distribuidores que luchan por unos objetivos comunes en materia de sostenibilidad. Acabar con el cambio climático, restaurar la biodiversidad y proteger los océanos.

el cual pretendían crear una alternativa sostenible a los restaurantes de comida rápida.

Además de todas estas acciones, la empresa abrió un hotel en Barcelona y seguidamente en Berlín en el que se reducían los residuos reciclando lo máximo posible, eliminaron los artículos de un solo uso y emplearon una energía verde para que la experiencia fuera más ecológica.

En el año 2010 comenzaron a invertir en plantas de energía solar y eólica.

La empresa lucha por que todo el proceso de fabricación sea lo más transparente, ético y responsable con el medioambiente posible. Su principal objetivo se basa en ir superando metas poco a poco. Entre las prioridades principales de camper, se pueden encontrar (Camper.com; compromisos):

- Lograr certificaciones y un producto excepcional único.
- Reducir la huella de carbono.
- Conseguir una mejor gobernanza.
- Ser un buen empleador.
- Gestionar los residuos.
- Lograr transparencia y apoyo de sus proveedores.
- Proteger la biodiversidad y el agua
- Cuidar la comunidad.

Para asegurarse de que tanto ellos mismos como sus socios y proveedores se basan en los mas altos estándares, examinan y auditan a todos los proveedores principales y garantizan que se cumplen los códigos de conducta.

2.3. NUEVOS MODELOS QUE HAN SURGIDO PARA LA ADAPTACIÓN A LA ECONOMÍA CIRCULAR.

Gracias a la aparición de la economía circular, las empresas cada vez están más concienciadas con el medioambiente y tratan de encontrar métodos que las ayuden a solucionar los problemas a los que se enfrentan. Por un lado, muchas empresas se están adaptando a este nuevo modelo circular y han ido implantando estrategias para lograr sus objetivos de sostenibilidad, pero, por otro, a consecuencia de este panorama, han ido surgiendo nuevas marcas que han

nacido con una perspectiva sostenible y respetuosa con el medioambiente. A continuación, se hablará de alguna de ellas.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la moda esta basada en usar y tirar, y el *fast fashion* se ha vuelto insostenible. Han surgido alternativas como plataformas de alquiler de ropa, apps de venta de ropa de segunda mano y propuestas de moda eco para hacer frente a esta situación.

Plataformas de alquiler de ropa

Estas sirven para darles un nuevo uso a las prendas olvidadas del armario. Existe un gran número de estas nuevas plataformas en España, entre ellas se pueden encontrar algunas como: La Modateca, en la que ofrecen artículos y prendas fabricados de forma ética y artesanal; Me lo prestas, una tienda de alquiler de vestidos de fiesta y complementos de marca a precios reducidos; Oh La Lá, en la que se puede elegir entre distintos planes con un número de productos y tiempo determinado o La mas mona, enfocada en eventos. A través de estas plataformas se puede alquilar una prenda de ropa durante un periodo de tiempo determinado sin la necesidad de comprarla. Suelen ser muy útiles para alquilar prendas para eventos puntuales como bodas, bautizos, graduaciones...es decir, aquellos para los que se compran artículos que se usan únicamente una o dos veces.

Generalmente, se usa solo el 30% de la ropa de la que se dispone, y cada temporada se adquiere nueva ropa. Muchas de las prendas guardadas en el armario no se usan y gracias a las plataformas de alquiler, se consigue dar un nuevo uso a esas prendas (se reduce el consumo y la producción de nuevas prendas). En la figura 2.5 se detallan estas y otras plataformas de alquiler de ropa en España.

Figura 2.5: Plataformas de alquiler de ropa en España.

La modateca	Primera “biblioteca de ropa” situada en Zaragoza. Gracias a su web se puede compartir un armario sostenible con prendas y complementos originales, y nuevos diseños producidos de forma ética y artesanal.
Me lo prestas	Consiste en una tienda de alquiler de vestidos de fiesta y complementos de marca a un precio reducido. Además de adquirir, se pueden incorporar prendas al catálogo de la web y cada vez que la prenda es alquilada, al propietario se le ingresa un 35%
Ouh lo lá	Presenta varios planes de alquiler de ropa con un número de productos y un tiempo limitado. A parte de grandes marcas conocidas, también incorpora moda sostenible y a jóvenes diseñadores españoles.
La mas mona	Tienda de venta y alquiler de vestidos y accesorios. Puedes llevar tus vestidos de marca y diseñadores exclusivos. Esta enfocada principalmente a eventos, aunque también cuenta con sección para el día a día.
Rental mode	Al igual que la anterior esta enfocada a looks de fiesta. Tiene un precio mínimo de 60€, el cual incluye todo lo que necesites para completar tu outfit. Las prendas que alquilan son confeccionadas en su totalidad en España.
Pislow	Ofrece el alquiler de prendas a través de su fashion box mensual. Cada mes recibirás una box personalizada con tu estilo y las preferencias que hayas indicado.
Verone	Esta plataforma se encarga del alquiler de joyas.
Pantala	Gracias a esta plataforma podrás disfrutar de una prenda durante un mes y después volver a cambiarla. Podrás encontrar marcas sostenibles y de diseñadores locales.
SKFK Circular Closet.	Podrás obtener acceso a conjuntos que han sido diseñados por profesionales y alquilar los que más te gusten a un precio inferior que su precio de venta. El conjunto incluye 3 prendas que podrás usar durante un mes completo por un precio de 39€
Armario infinito	Pone a disposición de los consumidores ropa premamá para alquilar. Esta plataforma es muy útil para todas esas mujeres que consideran que adquirir ropa premamá es una inversión a corto plazo.
Ecodiecta	A través de esta plataforma es posible alquilar prendas de forma sostenible. Se debe realizar una suscripción mensual. Con ella se pretende alargar el ciclo de vida, reducir el consumo y a consecuencia de ello, la producción.

Fuente: Nahir, Blog Esturirafi. (16 abril, 2020).

Aplicaciones de venta de ropa de segunda mano

Poco a poco han ido surgiendo distintas aplicaciones en las que los consumidores tienen la oportunidad de vender la ropa que ya no usan y ganar un dinero adicional. Este nuevo modelo ayuda a que las prendas que ya no se usan no acaben en vertederos y permite darles un nuevo uso y alargar su ciclo de vida lo máximo posible. Algunas de las más importantes/ mejores son Ethical Time, wallapop, Vibbo, Vinted, Pinkiz y Vestiaire Collective, y se encuentran indicadas en la figura 2.6 que se muestra a continuación.

Figura 2.6: APPS de venta de ropa.

Ethical Time	Es una alternativa al modelo actual de la industria textil. Es una aplicación para todas esas personas que deseen adquirir ropa bajo criterios de sostenibilidad ecológica y respeto por los derechos humanos. También pone a disposición del consumidor un mapa donde encontrar tiendas físicas que ofrecen este tipo de productos. Si una empresa quiere formar parte de Ethical Time debe cumplir dos requisitos: Que pueda asegurar trabajo digno en toda la cadena de suministro y que trabajen con materiales sostenibles y de proximidad.
Wallapop	Es una aplicación de compra-venta de artículos de segunda mano (no únicamente ropa). Consiste en una app gratuita ideal para encontrar todo lo que se busca y dar un nuevo uso a la ropa que otra persona ya no quiere.
Vibbo	Al igual que Wallapop se pueden adquirir productos de segunda mano. A través de ella también se pueden vender aquellas prendas que ya no usas. Publicas el anuncio y esperas que alguien te lo acepte.
Vinted	Esta app, a diferencia de las anteriores, se dedica exclusivamente a la venta de ropa de segunda mano. Ha adquirido recientemente Chicfy, otra plataforma que cerró en 2019. En esta app se podrá crear un perfil según tus preferencias y comunicarte con compradores y vendedores a través de su chat.
Pinkiz	App dedicada exclusivamente a la moda y complementos. No existen comisiones por lo que obtienes el 100% del precio, al igual que en vinted.
Vestiaire Collective	Esta app esta pensada para aquellas personas que les guste el lujo: prendas de Gucci, Louis Vuitton... Es una de las mejores aplicaciones para disfrutar y adquirir diseños de alta costura a precios mas económicos.

Fuente: PCWorld de IDG (16 enero, 2020).

Propuestas de moda eco

La moda va mucho mas allá de elegir la ropa del día a día. El interés por la moda es mucho más que el interés por las nuevas tendencias, llega hasta la historia que hay detrás de cada marca. Por eso, son muchas las empresas que han decidido invertir en cuidar el planeta. Algunas de las compañías textiles españolas que implementan medidas para lograr un sector más sostenible son las que se recogen en la figura 2.7.

Figura 2.7: Propuestas moda eco

Ecolaf	El objetivo de su fundador era crear la primera generación de productos de moda fabricados a partir de materiales reciclados con la misma calidad, diseño y propiedades que los productos normales.
Flamingos life	Pretende visibilizar la industria de la moda, solucionar el problema ambiental y no matar animales. Ofrece calzado fabricado a partir de materiales extraídos de botellas de plástico usadas, plásticos generados en la industria del calzado que ya no iba a ser útil, algodón orgánico y gomas extraídas de forma sostenible.
Ratslab	Su objetivo es ofrecer a los clientes ropa ética, ecológica, urbana y de calidad. No usan productos químicos nocivos como pesticidas y luchan porque todas las personas que hayan participado en el ciclo de producción disfruten de condiciones laborales y salarios dignos.
Cus	Con sede en Barcelona, promueven la producción local de calidad. Usan tejidos ecológicos y reciclados y hacen uso de algodón orgánico y tintes naturales. Está certificado por el Global Organic Textile Standard como líder mundial en ropa orgánica.
Ecology	Diseño verde y digital. Usan tejidos ecológicos, naturales y reciclados para respetar el planeta. Optan por una distribución selectiva en puntos de venta con los que comparten filosofía y realizan pequeñas cantidades de las prendas para asegurar el control de la calidad. Su objetivo es que la ropa dure mucho tiempo.

Fuente: Blog El Ágora diario del agua. Propuestas de moda eco.

Upcyclick. STOP FAST FASHION

Upcyclick es un proyecto que consiste en el intercambio “de armario a armario”. Pretende aprovechar al máximo las prendas que ya se encuentran en el mercado. Al principio era una plataforma online en la que se ponían en contacto amantes de la moda con diseñadores o modistas de una ciudad para mejorar y actualizar la ropa que esos consumidores tenían.

Más adelante, se vio que también era posible ayudar a empresas a introducir la economía circular y tener un mayor impacto. Se creó una colaboración con las marcas boutique.es y Bruna, creando una colección cápsula a partir de productos de distintas colecciones. También surgió una colaboración con Madame Dynamite mediante la cual se idearon unas bolsas para sus zapatos a partir de bolsas de pan y la etiqueta a partir de sobrantes de piel.

“No hay prenda más sostenible que la que ya existe”,

Yvon Chouinard, director de Patagonia.

Iran y Schrader (2017), comprobaron que este conjunto de actividades tenía un efecto positivo para el medioambiente y para las empresas. Gracias a estas acciones se extiende la vida útil de los productos y el impacto medioambiental mejora debido a la disminución del gasto energético en la producción de prendas.

2.4. EMPRENDIMIENTOS QUE OCASIONAN UN CAMBIO.

Solo hay un camino para lograr la moda sostenible: pensar diferente. La mayoría de las innovaciones se encuentran centradas en la sostenibilidad, materias primas y aspectos socio ambientales, pero, aunque si que es cierto que las tendencias actuales son bien recibidas, no son suficientes, ya que se centran en un cambio incremental y no en uno transformativo. La mayor parte de las industrias textiles aún están caracterizadas por el modelo usar y tirar y a través de la innovación es posible crear una nueva realidad.

En el camino hacia la sostenibilidad no existe únicamente una solución, hay muchas alternativas, y la tarea del diseñador es analizar las distintas posibilidades y seleccionar las óptimas.

En la figura 2.8, se describen algunas de las propuestas innovadoras de diferentes emprendedores que cambian completamente la visión de la industria textil (se piensa diferente y se innova).

Figura 2.8: Propuestas de moda innovadoras

Rebound designs	Es una marca de carteras fabricadas a partir de libros de tapa dura que fueron descartados por el estado en el que se encontraban.
Troa. Jeans de papel	Marca creada por el diseñador Han Song a partir del uso de Hanji (papel de morena) mezclado con tejidos y métodos de tinte tradicionales de Corea.
Reclaim	Marca de bolsos creados a partir de cuero envejecido naturalmente por el uso de sus caballos o ponis, combinado con telas mallorquinas centenarias y cachemira italiana.
demano	Proyecto basado en el respeto por el entorno que busca dar una nueva vida a los materiales desechados en la ciudad. De tal forma, una cometa de kitesurf o una tela de un paraguas se convierten en un bolso, mochila o monedero.
Tamara fogle	Marca de carteras fabricadas a partir de telas antiguas seleccionadas principalmente por su valor estético. Entre los textiles seleccionados se pueden encontrar bolsas de harina de los años 1830 hasta 1940.
loopworks	Empresa que tiene como misión usar solo lo que ya existe. Los materiales usados para fabricar sus productos son residuos que se dirigían al vertedero. Por ejemplo fabrican bolsos de cuero a partir de tela de los asientos de los aviones.
G-star raw	Marca que fabrica pantalones a partir de plásticos extraídos del mar.
ananas anam	Empresa que ha desarrollado el piñaleft, un tejido fabricado a partir de hojas de desecho de la planta de la piña. Las fibras se secan al sol y se crea una malla no tejida que es la base de las colecciones.
Orange fiber	El objetivo de esta marca es fabricar productos a partir de fibra derivada del desperdicio de la naranja que se genera en Italia.

Fuente: Delgado y Gardetti (2019).

2.5. MOVIMIENTOS RELACIONADOS.

Cada vez son más las acciones que se llevan a cabo para incorporar nuevas formas de producción más sostenibles y bajo los estándares adecuados. Entre ellos se presentan iniciativas y movimientos que promueven una moda más lenta y un cambio completo en la manera de producir, a continuación, se presentan algunos de ellos.

Fashion Revolution

Fue creada a partir de la catástrofe de Rana Plaza en el año 2013. El 24 de abril de 2013 sucedió uno de los más terribles accidentes laborales, con la muerte de más de 1.100 personas al derrumbarse un edificio con varias fábricas de moda en Bangladesh. Los trabajadores habían mostrado varias veces su preocupación por la mala estructura del edificio y por la poca seguridad que les daba trabajar en él. Esa desgracia provocó que la gente tomara consciencia de los problemas que tanto se habían ignorado, y fue en ese momento en el que nació Fashion Revolution. Consiste en el movimiento de activismo de moda más grande del mundo, que moviliza a ciudadanos, industria y políticos.

La visión de esta organización es crear una industria textil que conserve y restaure el medioambiente y valore a las personas por encima de las ganancias. Entre sus objetivos se encuentran:

- Acabar con la explotación humana y ambiental.
- Condiciones de trabajo y salarios dignos.
- Conseguir una industria global que trabaja para conservar los recursos y ecosistemas.
- Acabar con la cultura del usar y tirar.
- Reconocer y valorar los productos locales.

El objetivo de esta organización es humanizar la industria de la moda para que sea más justa, segura, sostenible y transparente. Se busca aportar soluciones. En 2020, debido a las circunstancias del COVID-19, se realizó de manera online bajo el lema #WhoMadeMyClothes.

Incita a las marcas y fabricantes a que demuestren su transparencia a través del hashtag #imadeyourclothes, además trabaja durante el año a favor de una industria más justa, segura y sostenible colaborando con distintas organizaciones caritativas (NEO2, 2020).

Sustainable Brands Madrid

Sustainable Brands es la principal comunidad global de marcas que dan forma al futuro del comercio en el mundo. Desde el año 2006 buscan inspirar, involucrar y equipar a aquellos empresarios y profesionales que creen que los desafíos sociales y medioambientales son el motor esencial para generar un impacto positivo. Creen que las grandes marcas tienen una posición única para lograr encaminar a las empresas y sociedad hacia un futuro mejor. Para poder llegar a lograr ese desafío es necesario un nuevo conjunto de habilidades, herramientas y colaboradores.

El evento sirve de punto de encuentro entre marcas y administración. Más de 50 marcas referentes a nivel global se suman a la llamada de “Quiero” en el sustainable brands Madrid bajo el lema “Activating purpose”. Entre esas marcas se puede encontrar Patagonia, northface, Zara... Estas empresas están comenzando a trabajar de otra manera mediante la reducción del consumo de agua en la producción, el uso de materiales reciclados, incorporando la impresión 3D en su sistema de producción, reparando tus prendas, diseñando de forma atemporal etc. (About Sustainable Brands)

En el año 2021, Naciones Unidas, impulsaron bajo la etiqueta #BuildBackBetter una iniciativa para recuperarse tras la pandemia llevando a cabo una serie de encuentros y webinars para analizar la reactivación de la economía y promover la recuperación de las empresas bajo la sostenibilidad. El primero tuvo lugar el 25 de marzo. (Soziabile,2021)

Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)

ZDHC colabora con marcas globales, proveedores de productos químicos, fabricantes y otras organizaciones para intentar avanzar hacia un mundo más sostenible. La asociación considera que las cosas se pueden hacer sin todos esos productos químicos perjudiciales para el medioambiente y que las demandas pueden satisfacerse sin agotar los recursos naturales de los que se dispone. Para ello ofrecen recursos intentando cambiar la forma en la que se fabrican los productos. Han creado un ecosistema global para unir a las grandes organizaciones y difundir el conocimiento y sus ideas por todo el mundo.

A través de esta organización buscan que las marcas y toda la cadena de suministro del sector textil usen las mejores prácticas en lo referente a la gestión sostenible de los productos químicos usados. Entre sus socios se encuentran Inditex, H&M, Adidas, C&A, Nike, Primark, Puma...

Better Cotton Initiative (BCI)

BCI es una organización sin ánimo de lucro que tiene como objetivo transformar la producción de algodón de todo el mundo. Es el mayor programa de sostenibilidad de algodón a nivel mundial. La BCI promueve mejoras continuas medibles para el medioambiente, comunidades agrícolas y economías de las zonas productoras de algodón. Pretenden que el algodón se convierta en un producto básico sostenible y así lograr:

- Reducir el impacto medioambiental de la producción de algodón.
- Mejorar los medios de vida y desarrollo de la economía de las zonas productoras de algodón.
- Mejorar compromiso con Better Cotton en toda la cadena de suministro.
- Asegurar la credibilidad y la sostenibilidad de la Better Cotton Initiative.

WallapopxMaríaEscoté en Mercedes Benz Fashion Week Madrid

WallapopxMaríaEscoté es la primera colección de ropa de segunda mano adquirida en wallapop que apareció en la pasarela del Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid en 2019.

Reutilizar prendas se ha convertido en una de las soluciones óptimas para mitigar el impacto medioambiental de la industria de la moda. Debido a ello, Wallapop en colaboración con la diseñadora María Escoté protagonizan el primer desfile de ropa creada con prendas de segunda mano.

La diversa variedad de ropa que se encuentra en Wallapop inspiró a la diseñadora a crear una colección llamada ¡Walla Bibidi babidi bu! Con ella se pretende concienciar a la gente sobre la segunda vida de las prendas de ropa. (Pinkermoda,2019)

Semana de la Moda Sostenible

Anualmente en el mes de octubre, se celebra la semana de la moda sostenible organizada por Mar de reciclaje, (un proyecto innovador de transformación urbana a través de iniciativas de economía social y solidaria promovido por el ayuntamiento de Madrid de la mano de 8 socios) con la cual se pretende responder a preguntas como ¿Puede la moda sostenible convivir con la industria de la llamada *fast fashion*? Se llevan a cabo distintas actividades sobre moda sostenible en las que cualquiera puede participar y concienciarse de que es posible un

cambio. Para luchar contra los efectos de la moda rápida, la *slow fashion* o moda ética apuesta por el uso de materiales sostenibles, eliminar colorantes contaminantes y defender las condiciones laborales dignas para sus empleados.

En este programa se pueden encontrar diversas actividades, desde aprender a revalorizar un producto hasta un itinerario de moda sostenible en Madrid. (Blog mares Madrid):

- Como revalorizar mi propio producto: formación impartida por Gema Gómez. Objetivo de esta formación es aportar a las marcas los conocimientos necesarios para preparar los productos para la venta.
- Crea tu bolsa personalizada: taller impartido por customizado, un taller textil para trabajar de manera artesanal el diseño y la transformación de tejidos. El taller consiste en llevar una prenda de ropa que pueda convertirse en bolsa y en el taller se indicaran los patrones para poder transformarla.
- Showroom de moda sostenible: en este Showroom se mostrarán distintas iniciativas de moda sostenible y se explicaran los retos a los que se enfrentan para llevarlas a cabo.
- Itinerario de moda sostenible por la ciudad de Madrid: se trata de un recorrido por Madrid para visitar proyectos de moda sostenible.
- Tejiendo un futuro empresarial sostenible en moda: consiste en un debate en torno a los retos y oportunidades que ofrece la moda sostenible con proyectos emprendedores y expertos del sector.

Ellen MacArthur Make Fashion circular

Cada año millones de toneladas de ropa son usadas y tiradas. Para solventar el problema de la industria de la moda, la fundación Ellen MacArthur lucha por reinvertirla. Se ha creado un plan para ayudar a rediseñar la forma en la que se crea la ropa. Este plan ayudará a que los productos se utilizan más, y se fabriquen con la intención de ser reincorporados en el ciclo de producción y a partir de materiales seguros y reciclados o renovables.

El programa Make Fashion Circular se lanzó en el año 2017 como una iniciativa al uso de fibras circulares. Esta iniciativa reúne a líderes de la industria de la moda con el objetivo de incentivar la colaboración e innovación necesaria para transformar el sistema de la moda y lograr incorporar en él la economía circular.

Un año más tarde, en la cumbre de la Moda de Copenhague 2018, se logró entrar en la segunda fase de este proyecto. La industria de la moda necesita rediseñar

completamente su forma de trabajar si quiere avanzar, y para ello, es necesario una transición a un sistema circular.

Algunos de sus socios principales son Burberry, Gap Inc. Inditex, PVH o H&M Group (Fundación Ellen MacArthur).

3. ESTUDIO COMPARATIVO DE INDITEX VERSUS 3 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO.

El siguiente apartado se centrará en analizar las acciones realizadas por distintos modelos de negocio para comparar las tareas llevadas a cabo por cada una de ellas y cómo incorporan la economía circular en su actividad. En primer lugar, se comentará el caso de Inditex y seguidamente se analizarán los 3 nuevos modelos de negocio Vinted, Act and Be y Ecodicta.

3.1. INDITEX

La empresa Inditex es una de las mayores compañías de distribución de moda en el mundo. Vende en 202 mercados gracias a sus plataformas online y la venta a través de más de 7.000 tiendas en 96 mercados. El grupo Inditex está integrado por 8 marcas, las cuales son: Zara (2.208 tiendas), Pull&Bear (920 tiendas), Massimo Dutti (715 tiendas), Bershka (1.060 tiendas), Stradivarius (978 tiendas), Oysho (654 tiendas), Zara Home (575 tiendas) y Uterque (89 tiendas) (Página web Inditex).

La compañía fue creada por Amancio Ortega en 1963, a partir de un taller especializado en ropa de mujer y en 1975 se abre la primera tienda Zara. Desde entonces, la empresa ha ido cambiando, pero la idea principal permanece, los clientes como centro de todo. Para ofertar productos asequibles y en el momento adecuado, Inditex se basa en tres pilares fundamentales: flexibilidad, integración y sostenibilidad.

La sede central se encuentra en Arteixo (A Coruña, España) y el 54% de las fábricas se sitúan en proximidad a ella. Trabajan con 1.985 proveedores y 8.155 fábricas en todo el mundo. El cliente es el centro del modelo de negocio de Inditex y ha sido pionera en crear el modelo de moda rápida o *fast-fashion*. En 2020, Inditex invirtió en programas sociales en todo el mundo 49,2 millones de euros.

3.1.1. Análisis de las actuaciones de Inditex.

La empresa Inditex lleva a cabo acciones de creatividad, diversidad, sostenibilidad, flexibilidad, innovación y proactividad.

La compañía se encuentra comprometida con el medioambiente, ya que sabe que la presión sobre los recursos limitados del planeta y reto del cambio climático implican una acción rápida y coordinada entre todos, por ello aplica medidas para proteger la biodiversidad y reducir su impacto en el medioambiente. Estas últimas se enfocan al uso del agua, cambio climático y energía, biodiversidad y “closing the loop”. (figura 3.1):

Figura 3.1: Acciones para reducir impacto en el medioambiente de Inditex

Agua	<p>La empresa inditex fomenta la búsqueda de métodos que garanticen el consumo eficiente de agua. Entre sus principales compromisos se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reducir el uso de agua en sus procesos de fabricación, oficinas e instalaciones (último año reducción del 9%) - Mejorar la gestión del agua en la cadena de suministro. - Concienciar a los clientes sobre el modo en el que emplean el agua. - Monitorizar y hacer públicos los progresos en la gestión sostenible del agua. - Continuar trabajando con socios, clientes y otras marcas para lograr una gestión sostenible del agua.
Cambio climático y energía	<p>Aplican mejoras en las fases de la cadena de valor para reducir el consumo energético lo máximo posible. El 63,29% de su consumo global de energía procede de fuentes limpias. Sus principales objetivos en este ámbito son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reducir consumo de energía en tiendas, oficinas y centros logísticos. - Fomentar eficiencia energética en la cadena de suministro. - Diseñar productos más sostenibles teniendo en cuenta el consumo energético en la fabricación. - Promover la reutilización y reciclaje en prendas y fibras.
Biodiversidad	<p>Comprometida con la protección del planeta a través de la gestión responsable de los recursos naturales. Sus materias primas y cadena de suministro dependen de la biodiversidad. Su estrategia se basa en los principios de la Convención para la diversidad biológica de Naciones Unidas. Prestan especial atención a las materias primas.</p>
Closing the loop	<p>Pretende crear un ciclo de vida completo y eficiente para sus productos evitando que terminen en el vertedero. Busca avanzar hacia la economía circular y desarrollar un ciclo completo para sus prendas. "En 2023 ninguno de los residuos que generamos terminará en el vertedero" (INDITEX, Comprometidos con el medioambiente, 2019). Fomentan el uso de materias primas sostenibles, colaboran con expertos en el uso eficiente de los recursos y facilitan a sus clientes un punto donde depositar prendas cuando ya no las van a usar más.</p>

Fuente: Informe anual de Inditex (2019).

3.1.2. Modelo de negocio

El modelo de negocio de Inditex se lleva a cabo a través de una cadena de valor que les permite ofrecer a sus clientes moda de calidad con los más exigentes estándares de sostenibilidad, salud y seguridad. Todo esto se encuentra basado en el impulso de los derechos humanos, objetivos de desarrollo sostenible y la transparencia y diálogo constante con sus grupos de interés.

La empresa busca generar un impacto positivo más allá del valor económico para el cliente, sociedad, industria y el entorno. El cliente es el centro de su negocio, no solo el que les compra, sino que también el cliente potencial.

La compañía presenta una visión a largo plazo para lograr un modelo integrado y sostenible. Inditex se va adaptando constantemente a los cambios del entorno. Esta evolución los ha llevado a crear un modelo de negocio orientado hacia el cliente y caracterizado por su flexibilidad, capacidad de reacción, sostenibilidad e innovación.

Una de las principales vías para la creación de valor de la empresa es la apuesta por la innovación, con un modelo que se centra en dos ejes principales: la tecnología y la sostenibilidad. Su hoja de ruta de sostenibilidad marca las acciones hacia un modelo de economía circular que les ayude a reducir los impactos sobre el medioambiente y cambio climático a la vez que promueve el respeto y promoción de derechos humanos y laborales.

La empresa busca minimizar los impactos de sus productos a largo plazo sobre la cadena de valor concienciando a su equipo y ofreciendo prendas bajo el estándar *Join Life* (sello con el que identifican prendas que están compuestas por materias primas sostenibles y procesos de producción respetuosos con el medioambiente). El reto que afronta la empresa está decidido a ofrecer a sus clientes moda de calidad que cumpla con los estándares de sostenibilidad, salud y seguridad.

En el año 2019 la empresa ha creado una nueva comisión de sostenibilidad como comisión delegada del consejo de Administración. Es un órgano que se encarga de asesorar al consejo de administración sobre la supervisión y control de propuestas en materia de sostenibilidad en ámbitos de derechos humanos, social, medioambiental y de salud y seguridad, así como fomentar el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, mencionados anteriormente en el punto 1.1.

La compañía tiene la misión de generar un impacto positivo en los clientes, empleados, cadena de suministro y planeta. La aspiración de llegar a ser más

sostenibles los llevó a crear una hoja de ruta de sostenibilidad, que serviría de guía de trabajo con planes concretos que se basan en dos ejes principales:

- Compromiso con la economía circular y descarbonización.
- Apoyo a los ODS, alineación de la estrategia con la agenda 2030 y la promoción y respeto por los Derechos Humanos.

Para asegurar la integración de la sostenibilidad en todas las fases del modelo de negocio, Inditex ha desarrollado unas políticas y procedimientos que aplican tanto en sus actividades propias como en las de terceros. Las principales que guían su actuación de sostenibilidad en la cadena de valor son:

- Políticas de Derechos Humanos de Inditex.
- Política de Responsabilidad Social Corporativa.
- Política de Sostenibilidad Medioambiental de Inditex.
- Política de Productos Forestales.
- Código de conducta de Fabricantes y Proveedores.
- Estándares de salud y seguridad del producto
- Estrategia de gestión social de la cadena de suministro.
- Estrategia Global de Gestión de agua, Global de Energía y de Biodiversidad.

La empresa es consciente de la necesaria contribución a la sociedad por lo que colabora con distintos grupos de interés y mantiene alianzas con organizaciones internacionales para el desarrollo y aplicación de estrategias de sostenibilidad social y medioambiental.

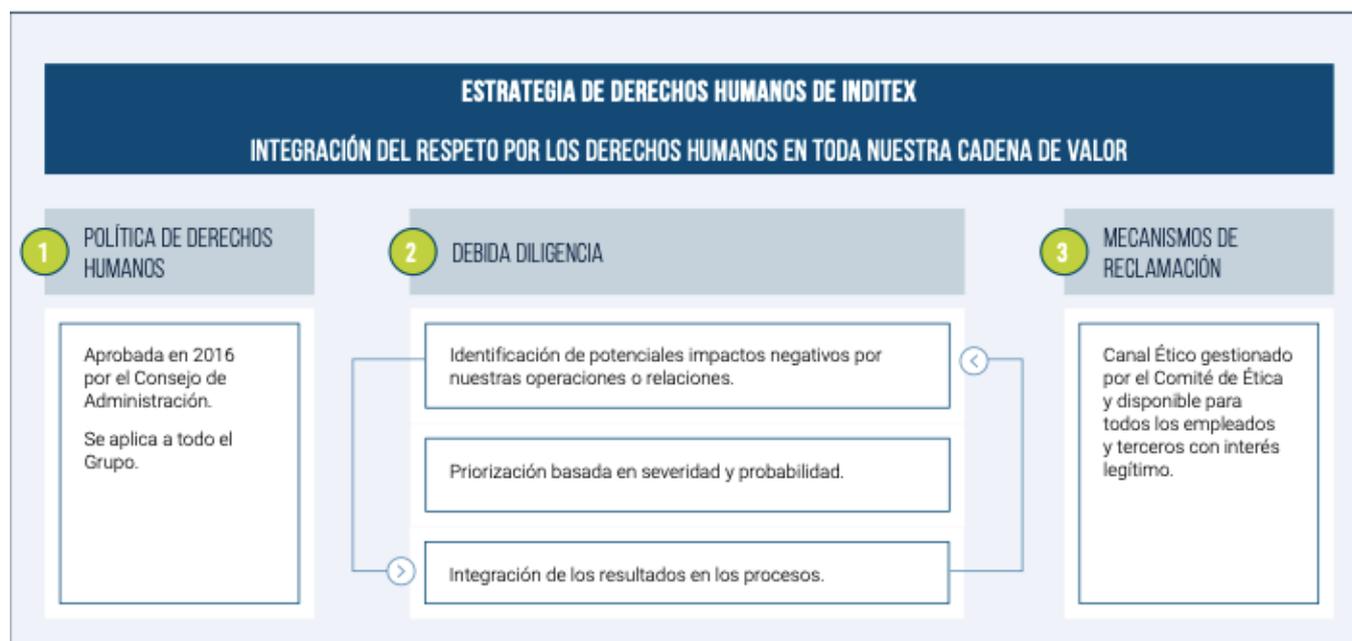
3.1.3. Contribución al desarrollo sostenible

La empresa está comprometida con la citada Agenda 2030, ya que sabe que la prosperidad de su compañía esta relacionada con la prosperidad de la comunidad y el entorno. Ha contribuido a la consecución de los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) desde todas las áreas de su negocio. Entre los ODS en los que la contribución de la empresa es mayor se pueden encontrar: ODS 3 (Salud y bienestar); ODS 5 (Igualdad de género); ODS 8 (Empleo decente y crecimiento económico); ODS 12 (Producción y consumo responsable); ODS 13 (Lucha contra el cambio climático); ODS 17 (Alianzas para lograr objetivos).

3.1.4. Respeto de los derechos humanos.

La empresa ha desarrollado su propia estrategia de derechos humanos (Figura 3.2).

Figura 3.2: Estrategia de derechos humanos de Inditex.



Fuente: Informe anual de Inditex (2019).

Se encuentra formada por 3 elementos:

1. Política de derechos humanos: establece el compromiso de respeto y cita los valores y principios básicos en las actividades de la empresa.
2. Debida diligencia: identifica y prioriza los potenciales impactos de los derechos humanos a lo largo de la cadena de valor. El diseño involucra a áreas clave de la compañía, como recursos humanos o gestión de riesgos y se revisa y actualiza continuamente.
3. Mecanismos de reclamación: estos mecanismos ayudan a identificar y solucionar impactos negativos que se produzcan sobre los derechos humanos y refuerzan la relación con los grupos de interés.

Para la correcta implantación de esta estrategia, la empresa participa como miembro de business Learning Program de Shift, una entidad sin ánimo de lucro que es experta en derechos humanos. Este programa reúne a 22 empresas líderes en todos los sectores.

En resumen, la empresa Inditex ha llevado a cabo innumerables acciones sostenibles debido a la necesidad de incorporar la economía circular en la industria de la moda. Entre los principales hitos se pueden encontrar:

- Contribución con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Política de sostenibilidad de Inditex.
- Programas para reducir el impacto en el medioambiente.
- Reutilización y reciclaje de prendas y fibras.
- Usos de fibras sostenibles.

3.2. ANÁLISIS DE TRES NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO.

En el siguiente apartado, se analizarán tres modelos de negocio innovadores que han surgido a consecuencia de una lucha por la moda sostenible. Los modelos analizados serán Ecodicta, una empresa de alquiler de ropa, Vinted, una plataforma de venta de artículos de segunda mano y finalmente, Act And Be, una marca de ropa deportiva 100% sostenible.

3.2.1. Ecodicta

ECODICTA

Ecodicta es una plataforma que propone el alquiler de ropa como una alternativa sostenible al consumo tradicional. La startup madrileña trabaja con más de 40 marcas de moda. La compra masiva de prendas ocasiona una superproducción con más de 100.000 millones de artículos producidos al año, pero ello no implica que esa ropa se use, es más, el 76% de nuestro armario no ha sido utilizado en los últimos 12 meses. La empresa Ecodicta nace para dar solución a ese problema. Su modelo se denomina Fashion Sharing, y se basa en el alquiler mensual de aquellas prendas que acabaran abandonadas.

Se presenta como un servicio de armario circular y pretende unir los términos moda y sostenibilidad y ayudar a los consumidores a renovarse cada mes sin acumular ropa que no se va a usar. Pretende alargar la vida útil con el alquiler y reducir la producción.

Entre sus puntos fuertes se pueden encontrar un gran potencial del alquiler, la validación del mercado, la moda como un servicio y la comunidad de marcas

sostenibles. En la siguiente figura se encuentran más profundizados estas ventajas (Figura 3.3).

Figura 3.3 Puntos fuertes de Ecodicta

Potencial del alquiler	El mercado global del alquiler se prevee que logrará los 1.856 millones de dólares para el año 2023.
Validación del mercado	Ha logrado una facturación sin inversión en marketing de 37.455,62€ entre mayo de 2019 y mayo de 2020.
Moda como servicio	La empresa está transformando la moda en un servicio experimental.
Comunidad de marcas sostenibles	Ecodicta se abre paso en el mundo de la moda sostenible y ya cuenta con acuerdos con más de 40 marcas.

Fuente: “La bolsa social” Ecodicta.

La misión de la empresa es conseguir que las prendas que ya no se usan no terminen en el vertedero y alargar así su vida útil. Para ello crearon el modelo de Fashion Sharing. Su funcionamiento es muy sencillo y se puede elegir entre distintos planes que se adecuan a lo que se necesite.

El primer paso es suscribirse en su web y responder una serie de preguntas para elegir el estilo y adecuarse más a los gustos de cada persona. En un plazo de 5-7 días se entrega la primera caja la cual es “sorpresa” ya que no se eligen los productos y una vez se tiene el paquete, se puede disponer de él durante 30 días y al final devolver los productos para adquirir otros nuevos o quedarse con aquellos que más hayan gustado.

Existen distintos planes mensuales en los que se incluye lavado, seguro y envíos y primera caja sorpresa.

- Be comfy box: 3 prendas por 35,90€ al mes.
- Be amazing box: 4 prendas por 49,90€ al mes.
- Be wild box: 5 prendas por 59,90€ al mes.

Gracias al Fashion Sharing, Ecodicta logra reducir la huella de carbono debido a que las prendas ya están fabricadas y no implica nueva producción. También se reduce el uso de materias primas, ya que no es necesario extraer nuevas fibras para fabricar la ropa con la que se comercializa.

3.2.2. Vinted



Vinted es un mercado en línea que permite vender, comprar o intercambiar ropa y accesorios de segunda mano. Fue fundada en el año 2008 en Vilna probando un prototipo de web donde las mujeres comercializaban su ropa. En el año 2019, la marca adquirió a la competidora española Chicfy por 10 millones de euros. El startup es el punto de encuentro de compradores y vendedores que quieren dar una segunda vida a su ropa, zapatos, complementos y accesorios.

La plataforma tiene acceso desde el navegador y desde la aplicación, proporcionando a los usuarios un espacio donde comunicarse con los demás miembros mediante el foro.

Desde su lanzamiento se ha expandido a ropa de hombres, mujeres y niños, se encuentra formado por más de 20 millones de miembros y está disponible en 10 países distintos.

Gracias a la aplicación /plataforma online es posible vender aquella ropa que ya no se usa y se logra dar una nueva vida a las prendas que se encuentran olvidadas en el armario. En el 2008 el equipo estaba formado por 2 personas, llegando a ser más de 500 en el año 2020.

La empresa cuenta con el apoyo de compañías líderes como Accel, Insight, BurdaPrincipallInvestmentes, SprintsCapital y Lightspeed.

Vender o comprar a través de Vinted es una tarea muy sencilla e intuitiva. En la figura 3.4 se describe el proceso necesario para comprar y vender ropa.

Figura 3.4 Vender y comprar ropa a través de Vinted

Vender	<ol style="list-style-type: none">1. Se crea el anuncio. Para ello es necesario descargarse la app o crearse un usuario, sacar fotos a las prendas que se desea vender, se escribe una descripción y se establece un precio.2. Una vez que se tiene comprador se debe preparar el artículo, pegar la etiqueta en el paquete y llevarlo al punto de envío correspondiente.3. No existen comisiones de venta, por tanto todo lo que se gana es para el vendedor. En cuanto el comprador confirme que todo está en orden se transferirá el dinero.
Comprar	<ol style="list-style-type: none">1. Encuentra tu producto entre toda la oferta existente. Descubre nuevos estilos y guarda tus prendas favoritas.2. Es posible realizar preguntas al comprador o negociar un precio distinto al ofertado. Una vez elegido el producto dale a comprar.3. Selecciona el método de pago que prefieras, la empresa de paquetería y confirma el pedido.4. En 5 días laborales el vendedor deberá enviar el artículo. Es posible rastrear el paquete para conocer su paradero.5. Se debe indicar que todo está correcto o seleccionar la opción "tengo un problema" en los 2 días hábiles siguientes a la entrega.

Fuente: Vinted.

3.2.3. Act and be

act and > Be Marca creada a principios del año 2019 como la primera marca de ropa deportiva femenina ecológica y 100% hecha en España. La empresa diseña y crea prendas fabricadas con el mayor cuidado para evitar maltratar el planeta, con materiales sostenibles y sin materiales de origen animal.

El origen del nombre proviene de la palabra activo, estar vivo, atreverse, actuar, etc.... ya que pretenden que con su marca muchas mujeres se animen a moverse y llevar un estilo de vida más saludable. Sus prendas son versátiles para que puedan usarse tanto dentro como fuera del gimnasio y presenten una larga vida útil. Se trata de diseños básicos y que pueden usarse durante muchos años, ya que pretenden fomentar el consumo responsable y reducir el consumo de artículos textiles.

La marca fue creada para poder desarrollar un modelo que se mantenga en el tiempo sin causar daño al medioambiente. La elección de los materiales es fundamental para reducir el impacto negativo de la industria de la moda por ello seleccionan fibras como algodón orgánico (permite ahorrar un 80% de agua con respecto al convencional), fibra de bambú orgánica (impacto medioambiental muy bajo ya que es fácil de cultivar y biodegradable) o poliéster reciclado a partir de residuos de la industria téxtil, los cuales son uno de los grandes problemas en la fabricación de prendas en la actualidad, por ello usar los residuos de la producción y excedentes de otras marcas es una manera de dar una segunda vida a esas piezas que acabarían en el vertedero.

Otro de los grandes problemas es la producción masiva de prendas que nunca llegan a venderse o usarse. Para evitar que esto suceda, la empresa desarrolla producciones reducidas y diseños de edición limitada. Se fabrica en función de la demanda de los clientes, de esta manera, logran excedentes casi inexistentes.

El 100% de su producción es local, desde la extracción de los tejidos y fibras hasta la fabricación de las prendas, incluyendo etiquetas y empaquetado. De esta manera se reduce la huella de carbono derivada de transportes y se controla más eficazmente el proceso de producción. Por otro lado, se cercioran de que las personas que trabajan para la marca son tratadas correctamente y se apoya el sector textil nacional.

Una de las acciones más novedosas que lleva a cabo esta marca, es la reforestación. Entre sus estrategias se ha comprometido a plantar un árbol por cada pedido realizado a través de su web. De esta forma se compensa el CO2 de su actividad empresarial.

La misión principal de la marca es fomentar un consumo moderado. Su idea es consumir menos, y consumir mejor. Fomentar una sociedad que compre menos cosas, pero de mayor calidad y que duren más tiempo.

CONCLUSIONES

De continuar actuando como hasta ahora en un futuro sería imposible satisfacer las necesidades de producción y consumo actuales. Los recursos naturales de los que se dispone en la actualidad, poco a poco se van agotando a una velocidad mayor de la que la tierra es capaz de generarlos. Para lograr solucionar este problema no se ha frenado el consumo, sino que se han buscado fórmulas alternativas a este modelo de producción.

Cuando se habla de sobreconsumo de estos recursos naturales, se pueden mostrar ejemplos como la sobrepesca, la deforestación, la escasez de agua o el uso de combustibles fósiles.

La economía se encuentra cautiva en un modelo que estimula la producción lineal, aunque como se ha mostrado a lo largo de este trabajo, poco a poco va cambiando. La escasez de recursos y el abuso ocasionado al medioambiente por esta industria es uno de los principales problemas que ha hecho necesario un cambio de mentalidad, haciendo que fuera necesario crear nuevos estándares medioambientales más restrictivos que los existentes anteriormente. Por otro lado, el desarrollo tecnológico ha ofrecido la posibilidad de usar de una manera más eficiente los recursos y finalmente se ha podido comprobar cómo ha ido surgiendo una nueva generación de consumidores concienciados y preocupados que no buscan tanto poseer un bien como poder disponer de él durante el mayor tiempo posible.

El sector de la moda es uno de los más contaminantes. El sistema lineal prácticamente surgió en este sector y cada vez es más necesario acabar con él. Numerosos estudios predicen que para el 2050, las ventas de ropa se incrementen hasta 3 veces y debido a eso, los impactos negativos de esta industria también. El tradicional modelo usar y tirar de la industria textil se está viendo perjudicado por la gran cantidad de impactos negativos que tiene sobre el medioambiente. Es por ello, por lo que la sociedad, de distintas formas, presiona al sector de la moda para que adopte las medidas necesarias con el fin de acabar con estos problemas.

Actualmente el consumo de moda se ha convertido en un consumo prácticamente diario y la producción de prendas aumenta cada día más. Aunque si que es cierto que la sociedad está cambiando y cada vez hay más tendencia hacia valores morales, este cambio de mentalidad llevará un tiempo ya que aún no existen los materiales necesarios para satisfacer las necesidades de diseñadores y consumidores y el sistema lineal está fuertemente implantado.

Como se ha comentado, la moda antiguamente fue sostenible, cosa que hoy en día ha cambiado.

Debido a esta situación, muchas empresas se han propuesto dar un giro en su estrategia de negocio y comenzar a implantar medidas para acabar con los problemas generados por el *fast-fashion*. Algunas de las acciones realizadas son el uso de materias primas sostenibles, la reutilización de tejidos, reducir el consumo de agua y emisiones de CO2 en la producción... por otro lado, a consecuencia de la situación actual, han ido surgiendo empresas y modelos de negocios sostenibles que ayudan a crear un sector textil circular. Algunas de estas empresas se centran en la venta de ropa de segunda mano, intercambios de ropa directamente entre consumidores, venta de prendas fabricadas a partir de determinados productos sostenibles...

La importancia de la incorporación de la economía circular o el *slow-fashion* en la moda cada vez es más evidente y necesaria.

Se han analizado dos modelos de negocio, las grandes compañías textiles, las cuales llevan a cabo iniciativas como recogida de ropa con el fin de dar una segunda vida a las prendas, reducción del uso de materias primas, sustitución de tejidos por otros más sostenibles y en algunos casos modificación de las formas de producción, y, por otro lado, los nuevos modelos de negocio que han surgido como una alternativa sostenible.

Ambos modelos buscan la satisfacción de las necesidades de los consumidores y buscan hacerlo de la forma más sostenible posible, la diferencia es, que mientras unas han sido creadas sobre la base de la sostenibilidad, otras son las pioneras del modelo *fast-fashion*, y por muchas acciones que lleven a cabo, convertirse en empresas 100% sostenibles es una tarea difícil de lograr.

Otra diferencia entre ambos modelos es el asentamiento que cada uno presenta en la población. La mayor parte de los consumidores se encuentran fidelizados a estas grandes cadenas y buscan precios reducidos, aunque la calidad sea menor, ya que eso les permite comprar más prendas más a menudo. Es necesario mentalizar y concienciar a los consumidores para lograr modificar esa conducta y poco a poco conseguir que estas nuevas alternativas se conviertan en la primera opción de compra.

Aunque si que es cierto que poco a poco se esta avanzando, aún parece que se está lejos de conseguir el propósito final, concienciar a la población y lograr un cambio en las pautas de comportamiento ligadas a la compra de prendas.

Si las empresas comienzan a producir prendas de mayor calidad a través de un nuevo modelo en el cual lo principal no sea la cantidad, sino la calidad, se logrará que la percepción de las personas sobre los productos cambie y ya no sean de usar y tirar, sino duraderos y de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, S. (14 agosto, 2019). Cuántas veces se usa de media la ropa antes de tirarla: en Europa 95, en China 62 y en EE. UU 34. El Diario. https://www.eldiario.es/ballenablanca/365_dias/tirlarla-europa-veces-china-eeuu_1_1651533.html Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- ActandBe shop. <https://actandbeshop.com/sostenibilidad/> Consultado última vez el 19 de mayo 2021.
- Almena, F. (1 septiembre, 2020) Tommy Hilfiger impulsa un ambicioso programa en materia de sostenibilidad. Noticiero Textil <https://noticierotextil.net/economia/tommy-hilfiger-impulsa-un-ambicioso-programa-en-materia-de-sostenibilidad> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Ananas Anam Página sobre nosotros. <https://www.ananas-anam.com/about-us/> Consultado última vez el 19 de mayo 2021.
- Bayo, Compromiso RSE. Tenemos un compromiso sólido con el desarrollo sostenible. <https://www.compromisorse.com/responsabilidad-social/moda-y-belleza/mango/#Medioambiente> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- BCI. Better Cotton Initiative. <https://bettercotton.org> Consultado última vez el 19 de mayo de 2021.
- Belda Heriz, Ignacio. (Tébar flores). (2018). Economía circular. Un nuevo modelo de producción y consumo sostenible. Editorial Tébar flores.
- Benito, C. (10 julio, 2019) Nueva tendencia: el mundo de la moda se viste de verde. El Ágora diario de agua. <https://www.elagoradiario.com/agora-forum/a-style/nueva-tendencia-el-mundo-de-la-moda-se-viste-de-verde/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Camper.Sostenibilidad,compromisos https://www.camper.com/es_ES/content/sostenibilidad_compromisos Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Chueca, M. (14 julio ,2019) Vinted, la aplicación lituana que desbanca a Zara en el “Top 10” de la moda. Merca2 <https://www.merca2.es/2019/08/14/vinted-segunda-mano-moda/> Consultado última vez el 19 de mayo 2021.
- Dallo, E. (26 abril, 2021) El negocio de la moda en cifras: siete empresas españolas facturan más de mil millones, encabezadas por Inditex, Cortefiel y Desigual. Expansión <https://www.expansion.com/fueradeserie/moda-y->

- [caprichos/2019/04/26/5cac8aea268e3e2d768b459d.html](https://www.ecodicta.com/caprichos/2019/04/26/5cac8aea268e3e2d768b459d.html) Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Delgado Luque, María Lourdes (Arcopress). (marzo 2019). Manual de moda sostenible. Editorial arcopress.
 - Ecodicta <https://www.ecodicta.com> Consultado última vez el 19 de mayo 2021.
 - Ecodicta (4 septiembre, 2020) n.d. Ecodicta, el alquiler como alternativa al modelo <usar y tirar> de la moda. La bolsa social <https://www.bolsasocial.com/blog/ecodicta-el-alquiler-como-alternativa-al-fast-fashion/> Consultado última vez el 19 de mayo 2021.
 - Economía circular (n.d) <https://economiecirculaire.org/wp/economia-circular/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
 - El Ágora (25 julio,2019) Ethical Time, una app española de moda sostenible. ÁgoraStyle <https://www.elagoradiario.com/agora-forum/a-style/ethical-time-una-app-espanola-de-moda-sostenible/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
 - Estévez, R. (6 marzo, 2020) ¿Tiene relación la agenda 2030 con la economía circular? Blog Eco inteligencia <https://www.ecointeligencia.com/2020/03/agenda-2030-economia-circular/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
 - Fashion Revolution <https://www.fashionrevolution.org/about/> consultado última ves el 19 de mayo 2021
 - Forero, G. (19 septiembre, 2019) El rol de la moda en la economía circular. Motica. <https://motica.co/la-moda-y-la-economia-circular/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
 - Fundación Ellen MacArthur. Hacia una economía circular: motivos económicos para una transición acelerada. https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Executive_summary_SP.pdf Consultado última vez 19 de mayo 2021.
 - Fundación Ellen MacArthur. Make Fashion circular. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/our-work/activities/make-fashion-circular> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
 - Guerri, A. (16 febrero, 2021) Mango presenta su nueva colección de moda sostenible. NEO2 <https://www.neo2.com/mango-denim-collection-ss21-lower-impact/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.

- JLP (2016) La economía circular. Qué es y cómo se aplica a la política local. (Archivo PDF). <https://universidadverde.es/wp-content/uploads/2016/08/Que-es-la-economia-circular.pdf> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- La economía circular en la industria de la moda. (n.d) (5 diciembre, 2019) Blog mcm mobiliario comercial maniqués <https://www.mobiliariocomercialmaniquies.com/blog/la-economia-circular-en-la-industria-de-la-moda/> Consultado última vez 9 de mayo 2021.
- La industria textil y la problemática ambiental. (6 agosto, 2018) n.d Generación Vitnik <http://www.generacionvitnik.com/2018/08/06/la-industria-textil-y-la-problematica-ambiental/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Looptworks. A cerca de <https://www.looptworks.com/products/the-calvin-backpack-1> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Mango. Compromiso RSE. (6 mayo, 2021) Mango lanza una colección sostenible fabricada con tecnología de impresión en 3D. <https://www.compromisorse.com/rse/2021/05/06/mango-lanza-una-coleccion-sostenible-fabricada-con-tecnologia-de-impresion-en-3d/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Mango. Dear planet, we are committed. <https://shop.mango.com/es/mujer> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Mango pressroom n.d (13 octubre, 2017) Mango continua su apuesta por la sostenibilidad y lanza la segunda colección de mango Committed. https://press.mango.com/es/mango-continua-su-apuesta-por-la-sostenibilidad-y-lanza-la-segunda-coleccion-de-mango-committed_26394 Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Marcet, M. (23 abril, 2020) Economía circular en la moda. Blog Esturirafi, blog eco, sostenible y saludable. <https://www.esturirafi.com/2020/04/economia-circular-en-la-moda.html> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Memoria anual de Inditex 2016. Apuesta por una economía circular. http://static.inditex.com/annual_report_2016/nuestras-prioridades/compromiso-con-la-excelencia-de-nuestros-productos/apuesta-por-una-economia-circular.php Consultado última vez 19 de mayo 2021.

- Memoria anual Inditex 2019. <https://www.inditex.com/documents/10279/645708/Memoria+Anual+Inditex+2019.pdf/27465242-da48-b63a-a5f9-9afca6032cf0> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Mongomeri (17 abril, 2020) Fashion Revolution Week 2020 del 20 al 26 de abril. NEO2 <https://www.neo2.com/fashion-revolution-week-2020/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Montojo, M. (20 septiembre, 2019) La ruina textil: 800.000 toneladas de ropa van a la basura cada año. El Ágora diario de agua. <https://www.elagoradiario.com/desarrollo-sostenible/economia-circular/la-ruina-textil-800-000-toneladas-de-ropa-van-a-la-basura-cada-ano/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Mora, A. (16 enero, 2020) Mejores aplicaciones para vender y comprar ropa de segunda mano PCWorld de IDG. <https://www.pcworld.es/mejores-productos/software/aplicaciones-compra-venta-ropa-3781389/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Nahir (16 abril, 2020) 10 Plataformas de alquiler de ropa en España. Blog Esturirafi. Blog eco, sostenible y saludable. <https://www.esturirafi.com/2020/04/alquilar-ropa-moda-sostenible.html> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Osorio, V. (12 enero 2020) Los gigantes del consumo se lanzan a alquilar ropa, muebles y electrónica. Expansión <https://www.expansion.com/empresas/distribucion/2020/01/12/5e1b9173e5fdead6268b4642.html> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- País circular (12 marzo, 2020) Los beneficios de la economía circular: el futuro que ha llegado para quedarse. Blog País circular <https://www.paiscircular.cl/agenda-2030/los-beneficios-de-la-economia-circular-el-futuro-que-ha-llegado-para-quequedarse/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Plaza, E. (07 diciembre, 2018) Elena Ruiz < La economía circular implica un uso más eficiente de los recursos y la reducción al mínimo de la producción de residuos> La voz de Asturias. <https://www.lavozdeasturias.es/noticia/asturiascon-r/2018/11/06/elena-ruiz-economia-circular-implica-uso-eficiente-recursos-reduccion-minimo-produccion-residuos/00031541530460212666320.htm> Consultado última vez 19 de mayo 2021.

- Pinker moda. (n.d) WallapopxMaríaEscoté, el primer desfile de segunda mano en MBFWMadrid. <https://pinkermoda.com/wallapop-desfile-segunda-mano-mbfwmadrid/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Reclaim. Historia <https://reclaimsl.com/pages/story> Consultado 19 de mayo 2021
- Rut (16 febrero, 2021) Ropa deportiva sostenible, ética y hecha en España. ACTANDBE Esturirafi blog eco, sostenible y saludable <https://www.esturirafi.com/2021/02/ropa-deportiva-sostenible-etica-y-hecha-en-espana-actandbe.html> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- SB. About Sustainable Brands (n.d) <https://sustainablebrands.com/corporate> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Soziale. Vuelve Sustainable Brands Madrid con el foco en una reconstrucción sostenible. <https://www.soziale.es/sustainable-brands-madrid-reconstruccion-sostenible> Consultado última vez el 19 de mayo 2021.
- Taranilla, A. (16 febrero 2021) Los zapatos Recrafted de camper ss21: Made To Walk Again. NEO2 <https://www.neo2.com/camper-recrafted-ss21-made-to-walk-again/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Tommy Hilfiger. Sostenibilidad <https://es.tommy.com/sustainability> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Txalaparta (24 abril,2019) El desastre del Rana Plaza. Tansy E.Hoskins Manual anticapitalista de la moda. Txalaparta.eus <https://www.txalaparta.eus/es/noticias/el-desastre-del-rana-plaza-tansy-e-hoskins-manual-anticapitalista-de-la-moda> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- Vinted. Tu comunidad internacional de moda de segunda mano. <https://www.vinted.es/help/15> Consultado última vez el 19 de mayo 2021.
- Zabala Alaba, D. (22 julio, 2018) La economía circular y sus tres principios básicos. Blog Ekomodo. <https://www.ekomodo.eus/blog/reciclaje-y-economia-circular/la-economia-circular-y-sus-3-principios-basicos/> Consultado última vez 19 de mayo 2021.
- ZDHC. <https://www.roadmaptozero.com/?locale=es> Consultado última vez el 19 de mayo 2021.

