

Impulsan moda más sustentable

Yunuen Mora

(15-agosto-2023).-

La industria de la moda, conocida por su rápido ciclo de producción y consumo, se enfrenta a un desafío crucial: su impacto ambiental.

Con diseños actuales y precios asequibles, la "fast fashion" se ha convertido en una opción popular para muchos consumidores que quieren renovar constantemente su indumentaria.

Sin embargo, esta industria es una de las más contaminantes, al generar 10 por ciento de las emisiones de carbono causadas por la humanidad, y es la segunda mayor consumidora de agua a nivel mundial.

Ante esta problemática, Martha Arévalo, profesora e investigadora de Mercadotecnia y Análisis en la Escuela de Negocios del Tec de Monterrey, destacó que las nuevas generaciones están impulsando cambios hacia un enfoque más sustentable, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Tanto los consumidores como los minoristas han comenzado a favorecer un consumo colaborativo que incluye opciones como la compraventa de ropa de segunda mano y la renta de vestidos y otras prendas.

Arévalo señaló que, aunque antes estas opciones no eran respaldadas por grandes marcas, ahora se están adoptando. Un ejemplo de esto es la inclusión de servicios de renta de ropa en tiendas como Liverpool, en Andares.

También está el caso de Zara Pre-Owned, donde la moda rápida y la segunda mano comienzan a comunicarse y converger.

De segunda mano

El movimiento hacia la moda sostenible también ha encontrado impulso en grupos de redes sociales dedicados a la compra y venta de ropa de segunda mano.

Vania Fong, por ejemplo, administra el grupo de Facebook Closet Exchange, y destacó que este movimiento ha ganado popularidad en los últimos años.

Ella comenzó hace cuatro años vendiendo su ropa usada, pero en buen estado a sus amigas. De ahí nació la idea de llevarlo a Facebook y sumar a más gente.

Señaló que aunque todavía hay personas que prefieren comprar en tiendas tradicionales, cada vez más personas se suman a adquirir prendas de segunda mano debido a su calidad, precios y la reducción del impacto ambiental respecto a comprar nuevo.

"Es importante crear conciencia sobre la necesidad de reducir la contaminación y la explotación en la industria de la moda. A través del grupo hemos logrado fomentar el intercambio y la venta de ropa usada en buen estado, con la idea de que no es necesario comprar ropa nueva para lucir bien", señaló.

Para impulsar aún más este cambio, Fong sugirió que las autoridades apoyen a emprendedores con ese enfoque y organicen actividades que fomenten la conciencia ambiental.

"La moda siempre vuelve, y es importante que las personas comprendan que no es necesario estrenar para verse bien. Si todos aportamos nuestro granito de arena, la moda más sostenible será una realidad en el futuro", añadió.

Un cambio cultural

Para Martha Arévalo, profesora e investigadora de Mercadotecnia y Análisis en la Escuela de Negocios del Tec de Monterrey, la clave para lograr el cambio de una mentalidad consumista hacia el consumo responsable en la ropa radica en concientizar e informar a los consumidores sobre el impacto ambiental de sus decisiones de compra.

Y para que estos cambios sean efectivos es necesario trabajar en la conciencia ambiental desde los hogares, las familias y los grupos de amistades.

De acuerdo con Arévalo, fomentar la conciencia ambiental desde etapas tempranas y adoptar un modelo colaborativo son clave para formar nuevos consumidores.

Además, se requiere la colaboración de empresas, gobiernos y consumidores para promover una moda más sostenible. Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

Fecha de publicación: 15-agosto-2023