

LA MODA CIRCULAR: UNA MIRADA DESDE LA SOSTENIBILIDAD DE LA INDUSTRIA TEXTIL PARA BOGOTÁ (COLOMBIA)

Autora: Laura Camila García Arismendy¹ – lacgarciaa@udistrital.edu.co

Docente director/asesor: Diana Carolina Barreto Reyes

RESUMEN PONENCIA

La Conferencia de la ONU sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) dispuso a la industria de la moda como la segunda más contaminante del mundo (Naciones Unidas, 2019).

La importación de ropa en Colombia es sin duda mucho más fuerte que la producción colombiana, desde el tratado de libre comercio (TLC), Colombia recibe un aproximado de 42,4% de las importaciones de confecciones que provienen de China y Bangladesh, países objeto de fabricación masiva y explotación laboral de empresas de retail del mundo. Compañías como ZARA y SHEIN catalogadas como fast fashion (moda rápida) (Procolombia, 2023). En Colombia se valora la industria en \$28.4 mil billones y las exportaciones en \$144 billones, se reciben millones de toneladas en

prendas para distribuir las y venderlas sin medir el impacto asociado de producción masiva global y los impactos de distribución en el mundo. (FashionUnited, s.f). Colombia presenta un gran vacío y grandes retos en la gestión adecuada de los “residuos textiles” el desconocimiento de temas como el re – uso o reciclaje. Enfrentamos externalidades complejas que contribuyen a la problemática en general.

Sin embargo, las generaciones se han preocupado y cuestionado como ser consumidores más conscientes siendo la moda un elemento esencial en la vida cotidiana, es por ello que el desarrollo de alternativas de modelos circulares como el comercio de “moda circular” o “ropa de segunda mano” que se ha convertido en un concepto fundamental en el camino hacia la

¹ Administración Ambiental, Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

sostenibilidad.

De acuerdo con datos de Inexmoda (La república, 2023). Bogotá cuenta con un crecimiento en el mercado de segunda del 32%, además, las personas en promedio gastan 22 minutos al día en redes sociales y plataformas dedicadas al mercado de segunda mano, esto constituye a una oportunidad clara para el mercado en nuestro contexto local (Gil, M. C. 2023).

A partir de esta evaluación preliminar el mercado de ropa de segunda mano crea un nicho importante para fortalecer la cultura de moda circular.

Streetcloset un plan de negocio en crecimiento se ha caracterizado por implementar herramientas para conocer las necesidades del consumidor actual, las razones de las personas por adquirir prendas usadas, y como el usuario comienza a cuestionarse como reducir su impacto ambiental y social mediante adecuados hábitos de consumo. Estas prácticas y mercados emergentes han modificado la

manera de comprar a su vez favorece el modelo de “Smart shopping” pensando en su economía, y en definir una identidad por medio de la ropa este se ha convertido en el motor de las tiendas de segunda mano que tiene como objetivo aumentar las ventas en la generación Z y millennials aquellos que consumen de manera significativa en la industria.

Las tiendas de segunda mano tienen un crecimiento exponencialmente en el mercado global, y estas ha realizado todos los esfuerzos para crear estrategias de branding para crear un mercado sólido y eliminar tabúes dentro de la sociedad.

Por lo anterior, Street closet busca ampliar su modelo y atender los cambios del mercado actual y aumentar la presencia en todos los niveles. Por ello, se plantean tres objetivos claves a trabajar: primero evaluar los impactos ambientales en la fabricación y distribución, con el propósito de identificar dentro del ciclo de vida, donde se presentan los problemas más críticos en la cadena.

Segundo evaluar la factibilidad financiera del negocio mediante un estudio de viabilidad financiera para determinar si el emprendimiento es sostenible financieramente y tercero determinar el comportamiento de la competencia mediante un estudio de mercado.

Al trabajar en los objetivos podemos implementar un mercado verde, además, identificar los medios para persuadir al consumidor sobre las problemáticas de la industria textil y así mismo desarrollar propuestas que minimicen el consumo e implícitamente disminuir las cargas ambientales y sociales. Todo con el fin de mejorar la relación consumidor y moda circular para modificar patrones de consumo, contribuyendo significativamente a una economía circular.

En conclusión, StreetCloset diseña un modelo para ampliar y darle forma a los objetivos planteados iniciando desde una identidad de marca (ADN), informar al consumidor, crear espacios colaborativos como showrooms; todas

estas alternativas generan diferenciación en un mercado competitivo y cambiante, la moda circular es un movimiento que impulsa un concepto, una ideología ética, una forma de vivir, un mercado que impulsa una economía sustentable.

La moda circular contribuye que la población ejerza un mercado diferenciador y a partir de todos estos cambios, la industria tenga un compromiso en evaluar una nueva forma de producir conservando, siendo un aspecto esencial en la nueva forma de comprar, la industria debe exigirse a modificar sus actuales métodos porque la sociedad está experimentando cambios y necesidades diferentes. Colombia en este momento solo reutiliza el 5% de los textiles; Por lo tanto, el re – uso será clave, donde la industria diseña productos que puedan hacerse para volver a fabricarse o usarse, estas dinámicas son una oportunidad al trabajo colaborativo que traerá beneficios ambientales, sociales y económicos demostrando como el mercado de segunda

mano es viable en la economía colombiana con índices de creación de marcas diferenciadoras, siendo un mercado que se posiciona y que crece exponencialmente.

Como resultado se obtendrá una visión más clara de evaluación de impactos socio ambientales, además, la evaluación de modificar la cadena de producción. Al momento de evaluar una producción más limpia se podrán evaluar costos de producción más realistas y precios más aterrizados de las prendas impulsando el modelo de circularidad textil y se convertirá en una posibilidad para que las tiendas secondhand evalúen objetivamente la viabilidad de dichos proyectos con el fin de determinar cuantitativamente el aporte a la disminución de impactos como a la economía interna del país, por ultimo la realización de este estudio de mercado será un aspecto esencial para comprender todas las dinámicas del mercado, las barreras existentes para ser más concretos con los resultados esperados que sean medibles y alcanzables.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ellen MacArthur Foundation. (2020). *Vision of a circular economy for fashion*.
- Feria, E. (2021). Colombia es el tercer país más emprendedor de la Ode según datos de CircleLoop. *La república*.
- FashionUnited (s/f). *Estadísticas de la industria de la moda en Colombia*. [col/statistics/estadisticas-de-la-industria-de-la-moda-en-colombia](https://colombia.fashionunited.com/statistics/estadisticas-de-la-industria-de-la-moda-en-colombia)
- Gil, M. C. (2023). Mercado de ropa de segunda mano alcanzaría US\$77.000 millones en cinco años. *La república*.
- Naciones Unidas. (2019, 12 abril). *El costo ambiental de estar a la moda*. Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>.
- Procolombia. (2023). *Industria textil colombiana y su crecimiento a través de la innovación y la competitividad*.

- Sánchez, Y. A. F. (2021). *Fast Fashion: un fenómeno alimentador de las sociedades consumistas.*