



RESUMEN EJECUTIVO

Moda circular desde el algodón hasta el consumidor

Moda

Los consumidores del futuro se preocuparán por la creación ética de su ropa. Más allá del cumplimiento de los códigos de conducta, los consumidores querrán ver esfuerzos activos para preservar los recursos, eliminar el desperdicio e impulsar la sostenibilidad. Y cuando se trata de sostenibilidad, la industria de la moda ha sido a menudo objeto de escrutinio, y con razón.

Los expertos calculan que **cada año se tiran 92 millones de toneladas de ropa**, gran parte de la cual no está hecha de materiales biodegradables. Una camiseta puede requerir 2600 litros de agua en su vida útil, y a menudo no se puede donar después de su primer uso. Teniendo en cuenta el papel de la moda en la economía global, los minoristas y los fabricantes han buscado formas innovadoras de eliminar los residuos, manteniendo al mismo tiempo las operaciones críticas. La solución podría ser el nuevo modelo conocido como moda circular.

“ El consumidor del futuro es, obviamente, un millennial. Se preocupan por estas cuestiones [de cumplimiento]. Así pues, la sostenibilidad se convierte en algo más que el cumplimiento, se convierte en una ventaja competitiva.”

MICHAEL KOBORI

Vicepresidente de Sostenibilidad, Levi Strauss & Co.

Diseñar el tejido para su uso y reutilización

Aunque la moda circular es un concepto favorecido por quienes buscan la sostenibilidad, es independiente de otros intentos de fabricación de moda ecológica. En lugar de crear prendas que simplemente son reciclables, la moda circular emplea intencionadamente textiles y tejidos que se diseñan, se obtienen, se producen y se transforman específicamente para ser reutilizados y recirculados durante el mayor tiempo posible. La moda circular tiene beneficios económicos más allá de los esfuerzos estándar de sostenibilidad, ya que reduce la dependencia de las materias primas importadas, al tiempo que reestructura la economía de la moda. La moda circular está abriendo nuevos mercados dentro de la industria y dando paso a un nuevo sistema de innovación.

La transición de la moda rápida —o incluso de los métodos antiguos de la moda sostenible— a la moda circular requiere una transformación operativa, pero tiene el potencial de allanar nuevas vías de crecimiento económico.

La **Fundación Ellen MacArthur** estima que la moda circular tiene el potencial de desbloquear una oportunidad económica de 560.000 millones de dólares. Esta oportunidad, sin embargo, solo pueden aprovecharla aquellos fabricantes y minoristas de moda que estén dispuestos a evolucionar y pivotar hacia nuevos modelos de negocio e insumos que aumenten significativamente la usabilidad y la vida útil de las prendas.

La “rueda” de la moda circular representa la naturaleza cíclica del modelo y cada una de sus fases:

- Diseño circular, con materiales duraderos y reciclables
- Producción, a menudo utilizando algodón certificado
- Leasing (alquiler) o compra del artículo por parte de los clientes
- Uso y devolución por parte del cliente
- Suprarreciclaje por parte del cliente o del minorista
- Reciclaje

La “rueda” de la moda circular



Trabajar con los clientes para sostener la nueva cadena de valor

La moda circular es algo más que el desarrollo de textiles y materiales reutilizables. El sistema involucra a todos los segmentos de la cadena de valor, empezando y terminando por el cliente. Aunque la moda circular se desarrolló en respuesta a la demanda y los intereses de los clientes, estos deben mantener su inversión en la sostenibilidad desde el inicio hasta la ejecución. Los fabricantes y los minoristas pueden comprometerse a desarrollar materiales resistentes y reutilizables, pero está en manos de los clientes que se prolongue la vida de los productos acabados.

En EE. UU., la ropa suele desecharse mucho antes de que concluya su vida útil, con lo cual se acumulan **460.000 millones de dólares en residuos**. El exceso de residuos contribuye a una huella masiva que podría detenerse fácilmente. En lugar de desechar las prendas, la moda circular promueve un cambio en los modelos de negocio que fomenta el alquiler de ropa, la ropa de segunda mano, la reventa y la producción de colecciones circulares. Esta tendencia está alterando la cadena de valor, empujando a las compañías de moda y a los clientes a colaborar de diferentes maneras para utilizar la ropa en todo su potencial.

Las empresas de moda están creando nuevos modelos de negocio regenerativos que aumentan el uso de la ropa sin perjudicar el resultado final. Al utilizar menos recursos, como el agua, los fabricantes experimentarán beneficios en los costes. Este ahorro, unido a un mayor coste por prenda, puede ayudar a compensar los gastos que conlleva la transformación sostenible. La mayor calidad de los tejidos y las prendas y la mayor vida útil pueden ayudar a justificar los mayores costes para el consumidor. Para comunicar este valor a los clientes, los negocios deben colaborar con todas las facetas del negocio, desde la producción hasta el marketing y la atención al cliente después de la venta.

Crear valor en la durabilidad

Reencuadrar la percepción de los consumidores de los artículos de vestir como bienes duraderos y valiosos no es una hazaña fácil, pero muchos fabricantes ya han conseguido una ventaja competitiva al abrir nuevas líneas a los consumidores. Tefron, el conocido fabricante por contrato de ropa íntima, dio grandes pasos hacia un mercado de moda circular al **mejorar las técnicas de producción y la ingeniería de los tejidos para garantizar la máxima reciclabilidad**.

Al reforzar la estructura de estas prendas, los fabricantes como Tefron preparan a los clientes para el éxito con la reutilización y el reciclaje de los tejidos.

En el floreciente mercado de la moda circular hay muchas oportunidades para la innovación y la creatividad. Una empresa sueca de venta de ropa pagará a los clientes 5 euros por cada bolsa de ropa que lleven a las tiendas para su reciclaje. Esto incentiva a los clientes a perpetuar el ciclo de vida de una prenda, a la vez que reabastece al minorista de tejidos para su desarrollo futuro.

Otro líder sueco de la industria de la moda, Nudie Jeans, amplió sus servicios para incluir las reparaciones, lo cual anima a los clientes a **llevar sus vaqueros a reparar**, en lugar de tirarlos y comprar otros nuevos. Este ingenioso modelo de compra-reparación-reutilización parece estar funcionando para la marca de moda, que recientemente ha anunciado su objetivo de convertirse en **neutra en carbono para 2025**. Nudie Jeans también ha abierto un mercado de vaqueros reutilizados en su tienda online. Estas prendas cumplen las normas suecas de la etiqueta ecológica “Good Environmental Choice”.

Crear nuevas oportunidades de mercado

Existe potencial para una alta rentabilidad para las compañías de moda que estén dispuestas a adoptar nuevos procesos de fabricación y venta al por menor. Las metodologías de la moda circular contribuyen a una economía circular, un modelo que **los investigadores** sugieren que no solo es beneficioso para el planeta, sino para la longevidad del negocio de la moda. La moda circular tiene el **menor índice de depreciación** en relación con otras modalidades de venta de ropa. Las fibras, los tejidos y las telas están diseñados para mantener su valor, incluso para aumentarlo, a través de su uso inicial y, posteriormente, mediante su reintroducción en la economía.

La recirculación de la ropa reduce el coste de la producción de prendas de vestir y abre varias oportunidades de mercado nuevas para las compañías de moda que alimentan otras industrias para apoyar una cadena de suministro saludable. Por ejemplo, el alquiler de ropa es un área de interés expreso para las compañías que buscan capitalizar la moda circular.

Los modelos de alquiler ofrecen flexibilidad mediante los siguientes canales:

- **A corto plazo:** Se dirige a la moda rápida y satisface las necesidades cambiantes de los clientes
- **A largo plazo:** Los alquileres prolongados ofrecen productos básicos a ciertos grupos demográficos, así como una mayor demanda de alquileres estacionales y anuales
- **Servicios de suscripción:** Pueden clasificarse fácilmente, desde ropa para bebés hasta atuendos profesionales, y pueden utilizarse para satisfacer las necesidades de ropa en intervalos modificables

Más allá del alquiler de ropa, la moda circular hace que la reventa de ropa sea más atractiva para los clientes y los minoristas. Según un [informe de ThredUp de 2021](#), se espera que el mercado de la reventa de ropa crezca 11 veces más rápido que el sector más amplio de la moda al por menor para 2025. Los clientes pueden poner sus piezas usadas de nuevo en circulación a través de las tiendas de segunda mano o encontrar compañías de moda como Nudie Jeans que recuperan su ropa usada para revenderla. Las marcas pueden adaptarse para desarrollar programas de intercambio de sus prendas, incentivando aún más a los clientes para que reciclen sus artículos y generando al mismo tiempo la repetición del negocio y la fidelidad a la marca.

Garantizar la sostenibilidad

Además las ventajas, adoptar un modelo de moda circular también conlleva una serie de retos. La moda circular está ganando impulso, pero los primeros en adoptarla tendrán que asegurarse de que sus procesos pueden alinearse con un modelo más sostenible. Esto significa que el seguimiento de las existencias, el abastecimiento, la fabricación y las ventas deben ser supervisados adecuadamente, preferiblemente en tiempo real. Mantener la visibilidad de la afluencia y producción de productos nuevos y reutilizados complicará invariablemente la cadena de suministro y los canales de comercialización.

También tiene un gran peso el comportamiento de los clientes, aunque esto es algo con lo que la industria de la moda siempre ha lidiado. Las compañías de moda deben buscar formas innovadoras de involucrar a los clientes y animarles a seguir el ciclo, ya sea mediante políticas de colaboración en el comercio, intercambios o servicios de reparación. La moda circular desafía a las marcas a replantear la forma en que clasifican los materiales, ya que exige la integración de estos desde su forma primaria hasta su verdadera fecha de validez después de haber dado varias órbitas alrededor de la rueda.

Reevaluar los procesos internos

Para obtener una ventaja competitiva, las compañías de moda deben buscar más formas de satisfacer las necesidades de los consumidores concienciados. Los comportamientos de los clientes cambian constantemente, pero los consumidores modernos son firmes en su deseo de más sostenibilidad en su ropa y en el modo de operar de las marcas de ropa. Las empresas de moda deben evaluar sus procesos de negocio actuales para identificar dónde se utilizan más recursos, dónde se genera más desperdicio y qué sustancias o materiales contribuyen al mayor volumen de contaminación.

Las compañías de moda también deben colaborar con los vendedores o proveedores para optimizar el uso de la energía y eliminar el desperdicio. Incluso si esto no es factible, las compañías de moda deberían considerar la posibilidad de ofrecer a los clientes un programa de intercambio para reabsorber la ropa no deseada. Una vez recogidos los materiales, es fácil reutilizarlos para otra colección y prolongar su vida útil. Siempre que el proceso esté alimentado por la responsabilidad, la sostenibilidad y la visión de futuro, empezar puede ser un proceso gradual. La concienciación y la visibilidad tienen un gran alcance cuando se trata de la transformación de negocio.

MÁS INFORMACIÓN 

Síguenos:    



Infor es un líder mundial en software empresarial en la nube especializado por industria. Más de 65.000 organizaciones en más de 175 países confían en los 17.000 empleados de Infor para ayudar a alcanzar los objetivos de su negocio. Visite www.infor.com.

Copyright© 2022 Infor. Todos los derechos reservados. La palabra y el diseño establecidos aquí son marcas y/o marcas registradas de Infor y/o de sus afiliados o subsidiarias. El resto de las marcas listadas aquí son propiedad de sus respectivos dueños. www.infor.com

Infor en España, Paseo de Gràcia, 56, planta 4ª, 08007 Barcelona, www.infor.es

INF-2321718-es-ES-0922-1