

Sandor Lukacs de Pereny: Sostenibilidad en la industria de la moda

En una investigación publicada en el *New York Times* se indica que, durante los meses iniciales de la pandemia de coronavirus, un grupo de ejecutivos y diseñadores de ropa comenzaron a hablar, tentativamente, sobre modificar algunas de las prácticas de la industria mundial de la moda para evaluar maneras de tornarlas más eficientes y en concordancia con las regulaciones antimonopolio. Parecía que ser competitivo bajo una lente de sostenibilidad resultaba incompatible. Y es que, desde un punto de vista regulatorio, aún se discute cómo considerar a las empresas que colaboran para promover propuestas de gestión ambiental responsables.

De igual modo, según una investigación de la consultora Roland Berger, se concluye que 50% de los consumidores encuestados se preocupan por las emisiones de dióxido de carbono de sus compras. Otro dato complementario apunta que el 37% de las personas de 25 a 45 años están particularmente preocupados por los impactos de la industria de la moda en el clima (siguiendo la hipótesis del cambio climático antropogénico).

Cadenas de suministro

Diseñar e implementar una estrategia de sustentabilidad coherente y consecuente requerirá de una reingeniería de las cadenas de suministro globales. Estas cadenas abarcan, por

ejemplo, desde empresas intensivas en agua pasando por las asociaciones de productores de algodón hasta los puntos de venta de las prendas terminadas. Este análisis también debe incluir observaciones y monitoreos relacionados con el impacto de los fenómenos naturales en la industria de la moda a lo largo de su cadena de valor.

También, debe incorporar estudios sobre la forma en la que las inundaciones afectan el rendimiento de los cultivos de algodón, así como la revisión de la huella hídrica y de carbono de la empresa. Adicionalmente, los análisis de ciclo de vida (*Life Cycle Assessment*) adquiere mayor preponderancia que inicia con el diseño de una prenda hasta su gestión y disposición adecuada al finalizar su vida útil.

Economía circular

La sostenibilidad en sí ya no es un hito diferenciador. Estamos a su vez presenciando el aumento de los mercados de segunda mano y de marcas de moda y minoristas que se adhieren a la economía circular. Si bien esta es solo una palanca para reducir el desperdicio, el modelo actual acarrea muchos costos y desafíos asociados, incluida la gestión de la logística y la atención concernientes a aspectos de higiene de los consumidores. También, las empresas de moda con precios más económicos muestran signos de querer desarrollar productos sostenibles más accesibles, duraderos y reciclables.

No obstante, muchas empresas como las anteriormente mencionadas, son conscientes que es poco probable que esto les genere ganancias inmediatas, particularmente para aquellas

empresas que operan en mercados masivos sustentadas por vastas economías de escala. Para nadie es sorpresa que dichas modificaciones necesitarán más tiempo e inversión para lograr transformar sus actuales prácticas operacionales y comerciales a nivel interno y externo.

Finalmente, la estrategia textil sostenible de la Unión Europea (UE) lanzada a principios de 2022 sentó las bases para un enfoque en la longevidad de las prendas, la reciclabilidad de las prendas, y la aplicación reglamentaria de los principios de la economía circular caracterizados por servicios de reparación y reutilización económicamente rentables ampliamente disponibles. ellos afirman que para el 2030 *la moda rápida pasará de moda.*