

LA MODA CIRCULAR ES EL FUTURO DE LA MODA

ENERO 2.021

[#desafiosdelmarketing](#)



Desafíos
del marketing

por Marisa Palacios

- **La industria de la moda ha impactado de manera inequívoca en el cambio climático y en la pérdida de biodiversidad.** Es crítico para el futuro del planeta y el suyo propio, que **invierta en sostenibilidad y modelos circulares.** Debe hacer cambiar el comportamiento del usuario frente al patrón de consumo que hasta ahora ha tenido.
- Dada la componente emocional, fidelidad y atracción por las marcas de moda, su evolución **va a depender de los atributos de sostenibilidad** que construyan. Además, la inversión en tecnología e inteligencia artificial jugará un papel decisivo.

Nota: sólo un 46% de los españoles conoce en qué consiste la economía circular, es decir, un modelo de producción y consumo que apuesta por prolongar el ciclo de vida de bienes ya existentes en lugar de emplear nuevos materiales para producirlos.

PERSPECTIVA DE LA INDUSTRIA DE LA MODA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

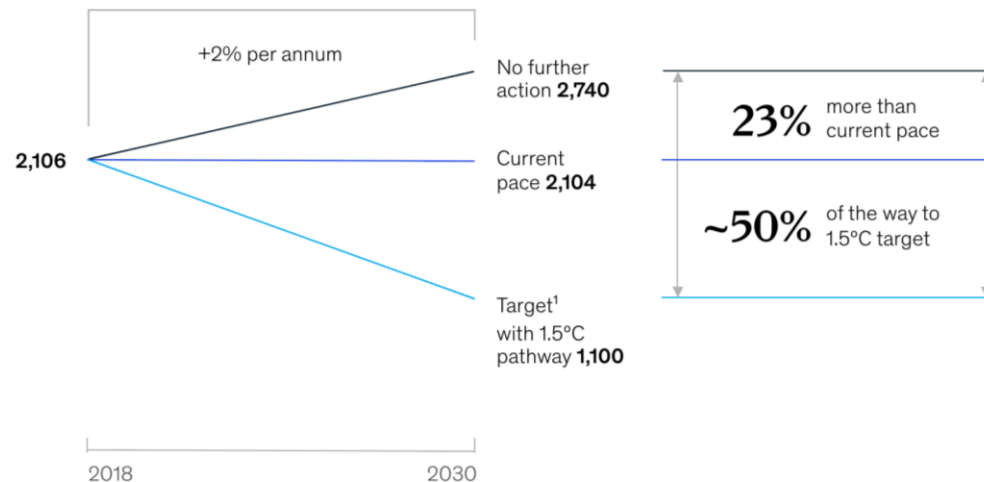
Para **2.030** la industria debe superar el gran desafío de **reducir las emisiones que genera en un 50%**.

VISUALIZING THE FUTURE

The fashion industry emits about the same quantity of greenhouse gases per year as the entire economies of France, Germany, and the United Kingdom combined. By 2030, it will need to cut its emissions by about half—or else it will exceed the 1.5 degree pathway to mitigate climate change, set out by the Intergovernmental Panel on Climate Change and ratified in the 2015 Paris agreement.

Under the current trajectory, the fashion industry misses the 1.5°C pathway by 50 percent and abates only emissions from incremental growth.

Emissions abatement assuming the industry decarbonization continues at current pace, million tons of CO₂ equivalent



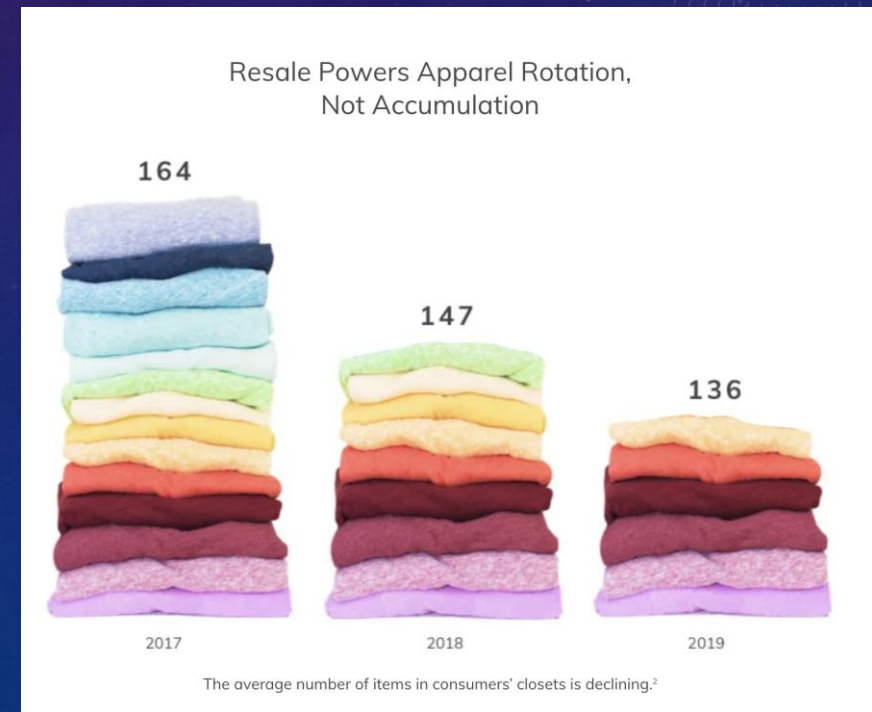
¿QUÉ ACCIONES DEBEN IMPLEMENTAR LAS MARCAS DE MODA (I)?

- **Productos circulares:** uso de materiales sostenibles, reciclados o de menor impacto en emisiones CO2 (ej. algodón orgánico). Es decir, tender hacia una cadena de valor “climáticamente positiva”.
- **Cadena de suministro circular:** hay hasta un 40% de prendas que se venden con descuento y otras que ni siquiera llegan a venderse, es decir, existe una clara sobreproducción que puede llegar al 50%. **La inteligencia artificial** va a permitir entender las necesidades del consumidor y producir las prendas en las cantidades adecuadas y para el lugar apropiado, reduciendo así la sobreproducción.



¿QUÉ ACCIONES DEBEN IMPLEMENTAR LAS MARCAS DE MODA (II)?

- Crear una “**experiencia de consumidor circular**”: ofrecer recogida a domicilio de prendas usadas, conociendo, además, las prendas de la marca que el consumidor posee, mandando recordatorios de la relevancia de formar parte del modelo circular, de modo que la experiencia sea tan motivante que genere una participación masiva.
- Implementar **modelos de negocio circulares**: reventa, alquiler o incluso reparación/arreglos de prendas de moda. *Millenials* y *gen Z* son vanguardistas en esta forma de disfrutar de la moda.



¿QUÉ ACCIONES DEBEN IMPLEMENTAR LAS MARCAS DE MODA (III)? EJEMPLOS

- PATAGONIA, marca de ropa deportiva, ha implementado en su web *“Worn Wear”*, una **sección donde adquirir prendas de la firma de 2ª mano, a un precio muy inferior al de la ropa nueva**. “Porque lo mejor que podemos hacer por el planeta es aprovechar más las cosas que ya tenemos, reduciendo el consumo”, cuentan desde la firma. Además, la marca recoge su propia ropa, en cualquiera de sus tiendas, a cambio de un bono a canjear por quien las ceda.



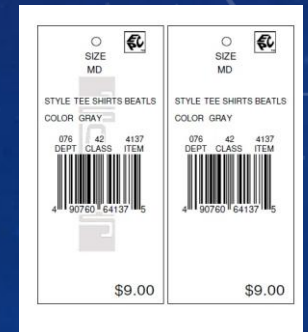
¿QUÉ ACCIONES DEBEN IMPLEMENTAR LAS MARCAS DE MODA (III)? EJEMPLOS



- H&M está testando distintas iniciativas circulares como *COS Resell*, una **plataforma digital para comprar y vender prendas usadas o de segunda mano** de su marca COS.
- Se estima que el negocio de prendas de segunda mano será tan grande como el negocio *fast-fashion* en 2.028.

¿QUÉ ACCIONES DEBEN IMPLEMENTAR LAS MARCAS DE MODA (IV)?

- **Digitalización:** uno de los grandes impactos del COVID ha sido la mayor y mejor interacción *online* que el consumidor demanda y que va a ir de la mano con los atributos de sostenibilidad. Es decir, podemos predecir una convergencia circular-digital de la moda.
- **Incorporar tecnología en las prendas,** mediante NFC (*near-field communication*) y RFID (*radio-frequency identification*) para optimizar su trazabilidad y para que sea muy sencillo hacer partícipes a los consumidores de modelos circulares de reventa, alquiler o arreglos.



¿QUÉ ACCIONES DEBEN IMPLEMENTAR LAS MARCAS DE MODA (V)?

- **Hacer viral y “gamificar” el aspecto social de los modelos de moda circulares**, creando una red global activa que involucre a compradores y vendedores mediante chats, grupos de *fans*, *forums online* y otras iniciativas que construyan un vínculo emocional.
- **Transformar la experiencia tradicional de compra física** en una experiencia *online* novedosa, en la que gracias al mejor conocimiento del consumidor, se le ofrece sólo las prendas que le puedan interesar, incluyendo la venta cruzada con productos afines.

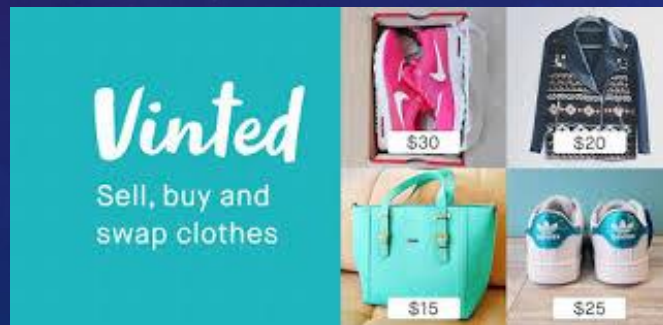


EJEMPLOS DE APPS DE MODA CIRCULAR

- **WALLAPOP:** la aplicación de economía circular por excelencia. Desde enero de 2.020 el número de transacciones se ha duplicado, lo que ha llevado a la empresa a desarrollar nuevos servicios como una alianza con Seur para ofrecer recogida a domicilio, que permitirá la venta de productos de segunda mano sin salir de casa.



- **VINTED:** con más de 30 millones de usuarios, se ha consolidado como la plataforma de venta de ropa de segunda mano líder en el sector.



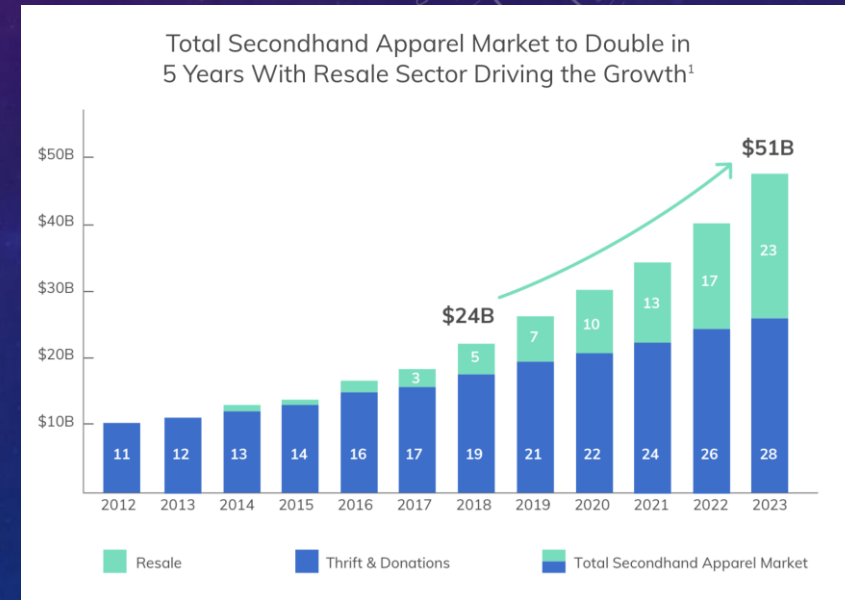
EJEMPLOS DE APPS DE MODA CIRCULAR

- **VESTIAIRE COLLECTIVE:** surge en 2.009 para acabar con el prejuicio de que en los modelos de economía circular no hay prendas de calidad. Es un portal de venta de artículos de lujo de 2ª mano de origen francés. Este verano lanzó *Vintage Rising*, una iniciativa que invitaba a estilistas de todo el mundo a crear una selección de piezas *vintage* que estuvieron disponibles únicamente en la plataforma.



EL FUTURO DE LA MODA. ALGUNAS REFLEXIONES FINALES

- Consumidores y nuevas generaciones, cada vez más concienciados de la importancia de la sostenibilidad y cómo impactan sus hábitos de consumo de moda en el medioambiente, van a tender a **ampliar la vida de las prendas que visten, o bien comprar ropa de segunda mano.**
- El mercado de reventa y de compartir moda crecerá exponencialmente y, en el futuro, poseeremos sólo una pequeña parte de nuestro guardarropa. **La moda va a evolucionar del “ownership” (en propiedad) al “ownership” (en turno).**
- **La industria de la moda provocará un cambio positivo en otras,** tales como la agrícola, pues promoverá nuevos tipo de cosechas que produzcan materias primas circulares.



THREADSTORIES.CO

La Moda Circular

**ES EL FUTURO
DE LA MODA**

Thread Stories

