



**Aglaia Gómez**  
SENIOR CONSULTANT

**Maria Colantoni**  
RESPONSABLE DE MARKETING  
DE E I G  
(ECO INTELLIGENT GROWTH)

## Predicciones 2019 para Slow Fashion Next:

### **El futuro de la moda es circular**

La industria textil y de moda es muy reactiva, las marcas con discurso ambiental y social tienen tendencia a posicionarse rápidamente ante nuevas evidencias o tendencias. En los últimos años se ha visto claramente por ejemplo, en el desafío Detox lanzado por Greenpeace y, más recientemente, respecto del problema de liberación de micro-plásticos o en temas de responsabilidad social a partir del accidente de Rana Plaza.

Esto tiene dos caras. Una mala, que es que, en general, la industria no lidera el cambio; es decir, reacciona ante situaciones que pueden perjudicar la imagen de marca o sus márgenes pero no por iniciativa propia. Otra buena: que actúa mucho más rápido que otras industrias. La competitividad del mercado de la moda y la importancia de la imagen de marca hacen que la reacción, en muchos casos sea rápida.

Hoy por hoy, con la permeabilidad en la distribución de la información y la importancia del liderazgo para poder mantener la cuota de mercado, ya comienza a verse un cambio de tendencia y algunas grandes firmas intentan abrir camino hacia una moda libre de rótulos negativos.

### **Las claves para el cambio**

No nos engañemos, las grandes firmas llegan hasta aquí empujadas por las miradas de la sociedad (no de todos, lamentablemente) ante los grandes problemas que el actual modelo de negocio ha generado y genera. Ya hemos mencionado las puntas de iceberg que han hecho saltar las alarmas pero hay muchas otras consecuencias menos llamativas como la contaminación de suelos y aguas, la generación de toneladas de residuos, problemas de salud asociados al uso de materiales nocivos en las prendas (alergias, irritación cutánea, etc) y una larga lista.

Muchas empresas más pequeñas han nacido desde la idea de que esto no tiene por qué ser así. Algunas con nombres más conocidos como Stella McCartney, otros menos como Piñatex o Botto Giusepp, distintos agentes de la cadena de valor con visión y compromiso, que están trabajando desde hace tiempo en una nueva manera de hacer las cosas.

Pero ¿cómo aceleramos el cambio? Una de las claves es la Transparencia. La industria, por su competitividad, valora el secreto comercial y bajo ese secreto se han escondido muchos de los actuales

problemas. Es momento de separar las decisiones de diseño de la información de materiales y procesos productivos. Esto significa traducir la transparencia en trazabilidad.

Un trabajo publicado recientemente por Fashion for Good es un claro ejemplo de que ya hay voluntad de dar este gran paso. El Cradle to Cradle Certified™ Materials Toolkit es una guía de diseño completa para tejidos sanos y circulares, que incluye un listado de fabricantes y productos, fruto del esfuerzo de toda la cadena de suministro y de C&A, que ha cedido esta información.

### **Un camino circular que lleva más lejos**

La economía circular está transformándose en una gran palanca de cambio. Además de C&A, varios "big names" se han posicionado en el camino hacia una moda circular.

El atractivo de este nuevo modelo de negocio es que integra también el beneficio económico como un vector fundamental y ofrece nuevas oportunidades alineadas con la cultura actual.

La economía colaborativa está mucho mejor preparada para la transparencia y la trazabilidad. Además de las herramientas, el enfoque hace posible avanzar mejor, más rápido, al entender que la información compartida beneficia a todos.

Es clave la validación de esta información, para asegurar tanto la correcta selección de materiales, productos y proveedores, como para preservarla para la futura gestión de estos nutrientes.

La evolución seguramente irá de la mano de plataformas del tipo blockchain, que mantengan disponible y actualizada la información para todos los stakeholders.

También se están desarrollando nuevas metodologías para el cálculo del valor, más orientadas al valor societario.

Lo que está claro es que el valor ya no estará vinculado sólo a la estética sino al Valor que la moda aporte a la sociedad en su conjunto. Y en esto, todos tenemos un rol importante.

¿Caminamos juntos?