



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Facultad de Economía

**ANÁLISIS SOBRE EL IMPACTO AMBIENTAL OCASIONADO EN MÉXICO EN el
2024 POR LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE FAST FASHION.**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES BILINGÜE

PRESENTA:

MAURICIO SAMUEL CHABOYA GÓMEZ

DIRECTORA DE TESINA:

DRA. EN ED. SUSANA RUÍZ VALDÉS

REVISORES

DRA. EN ED. MA. LUISA HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

DRA. EN C. ED. MARÍA DEL CARMEN GÓMEZ CHAGOYA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO 1 MARCO REFERENCIAL DE LA INDUSTRIA DE LA MODA	
1.1 La industria textil.....	10
1.2 Industria textil en México.....	14
1.3 La Globalización.....	16
1.4 Cadena de suministro.....	20
1.5 Producción y consumo.....	23
1.6 Producción y consumo sostenible.....	26
1.7 Moda Sostenible.....	30
1.7.1 Condiciones	
Laborales.....	33
1.7.2 La tendencia actual en el entorno digital de la moda.....	36
1.7.3 Impacto de los influencers en la moda.....	41
1.8 La Economía Circular en la industria textil.....	44
 CAPÍTULO II ANTECEDENTES DEL IMPÁCTO AMBIENTAL DE LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE FAST FASHION	
2.1 Definición de fast fashion.....	47
2.2 Historia y crecimiento de fast fashion en México.....	55
2.3 INDITEX, el grupo más grande en producción de fast fashion.....	62
2.3.1 Presencia de INDITEX a nivel global.....	64
2.3.2 INDITEX y la sostenibilidad.....	66
2.4 Impactos ambientales documentados a nivel global.....	69
2.5 Impacto ambiental en México por la producción y consumo de fast fashion	
2.5.1 Contaminación del agua.....	77
2.5.2 Contaminación del aire	81
2.6 Uso de recursos naturales.....	84

CAPÍTULO III. LEGISLACIÓN, POLÍTICAS AMBIENTALES E INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA DE LA MODA RÁPIDA EN MÉXICO

3.1 Legislación y políticas ambientales en México.....89
3.1.1 Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente.....90
3.1.2 Ley de Residuos Sólidos.....91
3.2 Normas Oficiales Mexicanas92
3.3 Programas de Certificación Ambiental.....93
3.4 Programas de Certificación de Productos.....94
3.5 Iniciativas de sostenibilidad en la industria de la moda en México.....95
3.6 Ejemplos de marcas sostenibles en México.....99

CAPÍTULO IV EL CONSUMO EFICIENTE Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE FAST FASHION

4.1 Consumo consciente.....101
4.2 El segmento del consumidor de Fast Fashion.....102
4.3 Determinación del muestreo intencionado- segmento.....103
4.3.1 Diseño de la encuesta.....104
4.3.2 Interpretación de resultados.....104
CONCLUSIONES.....119
REFERENCIAS.....123
ANEXOS.....127

INTRODUCCIÓN

La presente tesina se centra en analizar el impacto ambiental ocasionado en México en el año 2023 debido a la producción y consumo de fast fashion. Para ello, se lleva a cabo un estudio que abarca diferentes aspectos relacionados con esta industria, por lo que se investiga la cantidad de prendas de vestir producidas y consumidas en México en el período analizado, así como el crecimiento que ha experimentado este sector en los últimos años, también se analizan las empresas y marcas líderes en el mercado del fast fashion en el país.

En las últimas dos décadas, la industria del *fast fashion* ha experimentado un crecimiento acelerado a nivel global, y México no ha sido la excepción. Este modelo de producción se caracteriza por la creación de grandes volúmenes de ropa a bajo costo y con ciclos de vida extremadamente cortos, lo que ha llevado a un aumento masivo en el consumo de prendas. Sin embargo, detrás de la accesibilidad y el dinamismo de esta industria, se ocultan graves impactos ambientales. En México, el fast fashion no solo genera una presión considerable sobre los recursos naturales, sino que también contribuye significativamente a la contaminación y a la generación de residuos textiles.

Según datos de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la industria textil en México consume anualmente más de 30 millones de metros cúbicos de agua, un recurso ya escaso en muchas regiones del país. Este consumo es particularmente preocupante si se considera que la producción de una sola camiseta de algodón puede requerir hasta 2,700 litros de agua, mientras que un par de jeans puede demandar 7,500 litros (WWF, 2020).

Además del consumo de agua, el proceso de teñido y tratamiento de textiles utiliza una gran cantidad de productos químicos que, en muchos casos, terminan vertidos en cuerpos de agua sin el tratamiento adecuado. Según estudios de Greenpeace,

la industria textil en México es responsable de la descarga de más de 20,000 toneladas de productos químicos peligrosos al año, muchos de los cuales son altamente tóxicos y difíciles de degradar (Greenpeace, 2019).

Por otro lado, el consumo masivo impulsado por el fast fashion ha contribuido a una crisis de residuos textiles. En 2020, México generó aproximadamente **300,000 toneladas de residuos textiles**, de los cuales menos del **5%** fue reciclado o reutilizado. El resto terminó en vertederos o incinerado, lo que agrava los problemas de contaminación del suelo y del aire (INEGI, 2021).

En este contexto, es necesario analizar de manera detallada los impactos ambientales ocasionados por la producción y el consumo de fast fashion en México, con el fin de comprender mejor las dimensiones de esta problemática y proponer soluciones orientadas hacia un modelo más sostenible de producción y consumo.

El objetivo general que se plantea en esta tesina es: Identificar el daño ambiental causado por el fast fashion en México en el año 2023 con el fin de comprender el efecto ocasionado por el mismo, por medio de un análisis de datos. Y se hace a través del siguiente supuesto

SUPUESTO HIPOTETICO

Factores como la cantidad de prendas producidas en México el uso de los recursos naturales y la emisión de gases generados en el 202, tendrá un impacto ambiental negativo significativo, debido a la generación de residuos textiles, contaminación del agua y emisiones de gases de efecto invernadero.

VARIABLES DEPENDIENTES

1) Contaminación del agua: dimensionar el nivel de contaminantes químicos, como productos químicos tóxicos y colorantes, liberados en los cuerpos de agua debido a los procesos de producción y descarga de residuos de la industria de la moda rápida.

2) Contaminación del aire: valorar las emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes atmosféricos provenientes de las fábricas textiles y de la logística de transporte asociada al fast fashion.

3) Generación de residuos: Dimensionar la cantidad de desechos sólidos generados por la producción y el descarte de prendas de vestir de moda rápida, incluyendo el desecho de ropa no vendida y los materiales desperdiciados durante la producción.

VARIABLES INDEPENDIENTES

1) Cantidad de prendas de fast fashion producidas en México en 2023

2) Uso de recursos naturales para la producción de prendas de fast fashion.

3) Emisiones de gases de efecto invernadero generadas por la producción de prendas de fast fashion

El capítulo uno establece el marco de la investigación, abordando el contexto de la industria, sus impactos y características principales con un enfoque en México, También se analiza la cadena de suministro, producción y consumo, y la transición hacia prácticas más sostenibles en la industria. Además, se aborda la moda sostenible como una alternativa para reducir el impacto ambiental del fast fashion.

El capítulo dos aborda los antecedentes del impacto ambiental del fast, se destacarán los aspectos que definen el fast fashion y su modelo de negocio, también se abordará la historia y crecimiento de esta industria en México, destacando su expansión y relevancia en el país. Finalmente, se analizan los impactos ambientales documentados a nivel global, mostrando cómo la producción y el consumo de fast fashion han contribuido a problemas ecológicos significativos.

Además, se analiza el impacto ambiental en México causado por la producción y consumo de fast fashion, de manera específica en la contaminación del agua debido a los procesos industriales, en la contaminación del aire por las emisiones

relacionadas, y en el uso intensivo de recursos naturales, destacando los efectos negativos en los ecosistemas locales y la sostenibilidad.

El capítulo tres está enfocado al análisis de la producción y del segmento de consumo de fast fashion, por lo que se diseña un muestreo de tipo intencionado y una encuesta para determinar la intensidad y frecuencia de consumo.

En el capítulo cuatro se analiza la legislación y políticas ambientales en México que afectan a la industria del fast fashion, así como las iniciativas de sostenibilidad implementadas en la industria de la moda en México, valorando su efectividad y alcance en la reducción del impacto ambiental del fast fashion.

Finalmente se llegará a las conclusiones finales de la investigación, recapitulando los principales hallazgos sobre el impacto ambiental del fast fashion en México. Además, de ofrecer recomendaciones específicas para reducir este impacto, destacando acciones y políticas que podrían mejorar la sostenibilidad en la industria de la moda en el país.

Posteriormente se proponen posibles soluciones y medidas para mitigar el impacto ambiental ocasionado por la producción y consumo de fast fashion en México. Se plantean alternativas más sostenibles, como la moda circular, el uso de materiales reciclados y la promoción de un consumo responsable

Finalmente se incluyen las fuentes consultadas y citadas a lo largo del trabajo. Incluyendo libros, artículos académicos, informes, y otros recursos utilizados para respaldar la investigación y análisis del fast fashion en México.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL DE LA INDUSTRIA DE LA MODA

En este capítulo se exponen las teorías que sustentan la elaboración de este texto, con el objetivo de hacerlo más comprensible para el lector. Estas ideas están vinculadas estrechamente con la industria textil, sus métodos de fabricación, y los patrones de consumo que han promovido un enfoque de producción que daña rápidamente el medio ambiente.

Es fundamental comprender quiénes son los principales actores y el papel que desempeñan en el fenómeno del fast fashion, así como la relación entre ellos, para entender sus impactos en el medio ambiente. Se presenta la información básica de manera clara con el objetivo de inspirar a los lectores a tomar decisiones que transformen la industria textil y encontrar alternativas menos perjudiciales para satisfacer las necesidades de consumo y producción.

1.1 LA INDUSTRIA TEXTIL

La vestimenta ha sido un elemento esencial en la sociedad desde tiempos remotos, siendo el único aspecto distintivo a lo largo de la historia la manera en que se fabrica y se adquiere. A partir del siglo XIX, se ha implementado el concepto de producción en masa, con las consiguientes condiciones laborales precarias, ha tenido un impacto significativo en la sociedad desde sus comienzos, y continúa siendo relevante en la actualidad (Barnes & Lea-Greenwood, 2006), Originalmente surgió como una herramienta para garantizar la supervivencia, proporcionando protección contra condiciones climáticas adversas, resguardando partes del cuerpo y ofreciendo comodidad para llevar a cabo diversas actividades.

Con el transcurrir de los años, la indumentaria no solo ha sido utilizada por la humanidad para protegerse y sentirse cómoda, sino que se ha convertido en señal distintiva de una comunidad, permitiendo diferencias entre las diversas regiones del

mundo; asimismo, el uso de ciertas prendas puede ser interpretado como símbolo de estatus social o pertenencia a una cultura o grupo étnico específico, dando origen al concepto de moda. La importancia de la vestimenta en la creación de la identidad y el sentimiento de pertenencia es aprovechada por la industria para generar tendencias y presionar a la sociedad a consumir constantemente cada nueva colección lanzada, lo que da lugar al fenómeno del fast fashion (Bhardwaj & Fairhurst, 2010).

La industria textil es un sector fundamental de la economía, que abarca la fabricación de todo tipo de tejidos y prendas de vestir. Desde la producción de materias primas como el algodón y la lana, hasta la confección de ropa, accesorios y productos textiles para el hogar, esta industria juega un papel crucial en la creación de empleo y la generación de riqueza en muchos países.

Ha experimentado grandes cambios en las últimas décadas, con la globalización de la producción, el desarrollo de nuevas tecnologías y la evolución de las tendencias de moda. La competencia es feroz en este sector, con empresas de todo el mundo compitiendo por conquistar nuevos mercados y satisfacer las demandas de los consumidores (Ross, 2004). Sin embargo, la industria textil también enfrenta desafíos importantes, como la presión económica para reducir costos de producción, la preocupación por el impacto ambiental de la fabricación de textiles y la necesidad de mejorar las condiciones laborales en las fábricas de confección.

La industria textil ha sido un pilar fundamental en el desarrollo económico de numerosos países en todo el mundo. Desde tiempos ancestrales, la habilidad humana para transformar fibras naturales en tejidos ha sido vital para el progreso social y económico. En la actualidad, la industria textil continúa desempeñando un papel crucial en la economía global, contribuyendo significativamente al empleo, al comercio internacional y al crecimiento económico en general.

En el contexto de la economía de un país, la industria textil ocupa un lugar destacado debido a su capacidad para generar empleo a gran escala y para impulsar la actividad económica en múltiples sectores. La cadena de valor textil abarca desde la producción de materias primas como el algodón y la lana, hasta la fabricación de prendas de vestir, accesorios y textiles para el hogar (Bick et al., 2018) Esta cadena de valor integrada involucra a una amplia gama de actores, incluidos agricultores, fabricantes, diseñadores, minoristas y consumidores, creando una red interconectada que impulsa el crecimiento económico y la prosperidad.

Además de su impacto en el empleo y la actividad económica, la industria textil también desempeña un papel crucial en el comercio internacional. La exportación de productos textiles y prendas de vestir es una fuente importante de ingresos para muchos países, especialmente en el mundo en desarrollo, donde la industria textil a menudo representa una proporción significativa de las exportaciones totales. Esta dependencia del comercio textil ha llevado a la formación de complejas cadenas de suministro globales, con países especializados en diferentes etapas de producción, desde la fabricación de fibras hasta la confección final.

Keane y Willem Te Velde (2021) afirman que la industria textil es una de las más contaminantes del mundo debido a su alto consumo de recursos naturales, generación de residuos y uso de químicos nocivos. Recomiendan que la industria textil adopte prácticas más sostenibles, como la utilización de materiales reciclados, la producción local y ética, y la transparencia en la cadena de suministro. Además, destacan la importancia de que los consumidores sean conscientes de su impacto ambiental y social al elegir prendas de vestir.

La industria textil ha demostrado ser extremadamente versátil a lo largo del tiempo, adaptándose a los cambios en las tendencias de moda, avances tecnológicos y demandas del mercado.

En sus inicios, la industria textil se centraba principalmente en la producción de telas y prendas de vestir básicas. Con el tiempo, ha evolucionado para incluir una amplia gama de productos como ropa de deporte, ropa de alta costura, ropa de trabajo, textiles para el hogar, entre otros (Chapman, 1972; Rivoli, 2009). Además, la industria textil ha sido capaz de adaptarse a los avances tecnológicos, incorporando maquinaria más avanzada para mejorar la eficiencia y calidad de sus productos. La introducción de nuevas fibras sintéticas y técnicas de producción han permitido a la industria textil seguir siendo relevante y competitiva en un mercado en constante cambio.

La sostenibilidad también ha empezado a desempeñar un papel importante en la industria textil, con un aumento en la demanda de productos eco amigable y procesos de producción más sostenibles. Esto ha llevado a un cambio en la forma en que las empresas operan, adoptando prácticas más responsables con el medio ambiente y los trabajadores.

Esta industria ha demostrado su capacidad para adaptarse y evolucionar a lo largo del tiempo, manteniéndose relevante en un mercado competitivo y en constante cambio. Su versatilidad y capacidad de innovación la han convertido en un sector fundamental en la industria global de la moda y el comercio, debido a su gran relevancia en la economía (ver tabla 1)

Tabla 1

Aspectos de relevancia de la industria textil según

GENERACIÓN DE EMPLEO	La industria textil emplea a millones de personas en todo el mundo, desde los agricultores que cultivan las materias primas hasta los trabajadores de las fábricas que producen la ropa y los accesorios.
CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA	La industria textil es una de las mayores contribuyentes a la economía global, generando miles de millones de dólares en ingresos anuales y creando oportunidades de inversión y comercio internacional.

SATISFACCIÓN DE NECESIDADES BÁSICAS	La ropa es una necesidad básica para las personas, y la industria textil se encarga de producir prendas de vestir y tejidos que protegen y cubren el cuerpo humano.
INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD	La industria textil impulsa la innovación y la creatividad en el diseño y la producción de textiles y prendas de vestir, creando nuevas tendencias en la moda y el estilo.
IMPACTO SOCIAL Y CULTURAL	La moda y la industria textil tienen un gran impacto en la sociedad y la cultura, reflejando las tendencias, valores y expresiones artísticas de una época determinada.

Fuente: Audaces, (2024)

1.2 LA INDUSTRIA TEXTIL EN MEXICO

La industria textil en México ha sido un pilar fundamental de su economía durante siglos, tejida en la rica tradición cultural del país y su legado histórico. Desde la época precolombina, donde las civilizaciones mesoamericanas como los aztecas y los mayas dominaban las técnicas de tejido, hasta la actualidad, donde la modernización y la globalización han transformado el paisaje textil mexicano, esta industria ha desempeñado un papel crucial en la identidad nacional y el desarrollo económico (González, 2015). Con una rica diversidad de fibras naturales, como el algodón y el henequén, así como una fuerza laboral altamente capacitada, México ha sido durante mucho tiempo un centro de producción textil en América Latina. La industria textil mexicana se ha destacado por su habilidad para combinar técnicas artesanales tradicionales con tecnología de vanguardia, creando productos únicos que han cautivado a los mercados nacionales e internacionales (Gómez, 2015).

Sin embargo, la industria textil mexicana también ha enfrentado desafíos significativos en las últimas décadas, incluida la competencia global, la fluctuación de los precios de las materias primas y la presión ambiental y social para adoptar prácticas más sostenibles. A pesar de estos desafíos, la industria textil en México sigue siendo un motor importante de empleo y crecimiento económico, con un potencial considerable para la innovación y la expansión en el futuro.

El sector textil y del vestido en México ha tenido una evolución histórica importante desde la época prehispánica, donde los pueblos indígenas producían telas de algodón y distintas fibras naturales. Durante la colonia, la producción textil se consolidó y se especializó en la fabricación de productos de lujo como sedas y encajes (Márquez, 2020). En el siglo XIX, la industria textil se modernizó con la llegada de la maquinaria, lo que permitió aumentar la producción y la calidad de los tejidos. Durante el siglo XX, la industria textil mexicana se consolidó como uno de los principales sectores económicos del país, generando empleo y contribuyendo al crecimiento de la economía.

En este siglo, la industria textil experimentó un importante crecimiento debido a la Revolución Industrial y la demanda de productos textiles a nivel mundial. México se convirtió en un importante exportador de textiles, especialmente a Estados Unidos. Sin embargo, a lo largo del siglo XX la industria textil mexicana comenzó a enfrentar desafíos debido a la competencia de países con mano de obra más barata como China y la apertura del tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá (TLCAN).

A pesar de estos desafíos, la industria textil en México ha logrado mantenerse relevante a través de la diversificación de productos y la implementación de tecnología de punta. En la actualidad, el país es conocido por su producción de telas de alta calidad, moda y prendas de vestir. La industria textil también ha incorporado prácticas sustentables en su producción, como el uso de materiales reciclados y la reducción de residuos.

La industria textil en México es un importante motor económico que genera miles de empleos y contribuye significativamente al crecimiento del país, sin embargo, aún enfrenta desafíos como la competencia extranjera, la informalidad y la falta de innovación (Mendoza, 2020). Para mantener su competitividad a nivel global, es importante que la industria textil continúe innovando y adaptándose a las tendencias del mercado.

En la actualidad, el sector textil y del vestido sigue siendo de gran importancia económica para México, ya que representa una fuente importante de empleo y de generación de divisas a través de las exportaciones. Además, la industria textil mexicana se ha destacado por la calidad de sus productos y su innovación en diseño, lo que le ha permitido competir en el mercado global.

Irma Portos (1992) menciona que en el pasado, la industria textil en México era una de las más importantes en la economía del país, generando empleo y exportaciones significativas. Sin embargo, en la actualidad la industria textil mexicana ha sufrido un declive debido a la competencia de países con costos de producción más bajos, como China y Bangladesh. Esto ha llevado a la pérdida de empleos y a la disminución de la producción nacional en este sector.

Portos también destaca que existe un potencial para revitalizar la industria textil en México a través de la innovación, la diversificación de productos y la incorporación de tecnología en los procesos de producción. Además, resalta la importancia de fomentar el consumo de productos locales para apoyar a los fabricantes nacionales y reactivar la economía del país.

1.3 GLOBALIZACION

Según la Real Academia Española, la globalización se define como el proceso mediante el cual los sistemas económicos, sociales, culturales y políticos de diferentes países se interrelacionan y conectan a nivel mundial. Este fenómeno implica la integración de los mercados, la difusión de la tecnología, la libre circulación de bienes, servicios, capitales e información, y la influencia de factores externos en la economía y la política de los países. La globalización también ha llevado a una mayor interdependencia entre las naciones y a la formación de una economía mundial cada vez más integrada.

La globalización ha sido uno de los fenómenos más significativos de los últimos siglos, transformando radicalmente la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos en todo el mundo. Desde la interconexión de economías hasta el intercambio cultural y la difusión de ideas, la globalización ha creado un mundo cada vez más interdependiente y complejo, redefiniendo las fronteras físicas y conceptuales que nos separan.

Es un proceso complejo que implica la interconexión y la interdependencia de los países, empresas y personas de todo el mundo. Ha sido impulsada por avances en tecnología, comunicación, transporte y liberalización de mercados, lo que ha permitido la integración de economías, culturas y sociedades en una red global. En términos económicos, la globalización ha llevado a un aumento del comercio internacional, la inversión extranjera directa y la movilidad de capitales, ha permitido a las empresas expandirse a mercados extranjeros, acceder a nuevos clientes y reducir costos de producción. Sin embargo, también ha generado desafíos como la desigualdad económica, la explotación laboral y la pérdida de empleos en ciertos sectores.

En el ámbito cultural, la globalización ha facilitado la difusión de ideas, valores y prácticas a través de fronteras, ha promovido la diversidad cultural y ha permitido a las personas conectarse con otras culturas a través de medios de comunicación y redes sociales. Sin embargo, también ha provocado preocupaciones sobre la homogeneización cultural y la pérdida de identidades locales.

En el plano político, la globalización ha llevado a una mayor cooperación entre países en temas como el cambio climático, el terrorismo y el comercio internacional. Ha impulsado la creación de instituciones internacionales como la Organización Mundial del Comercio, el Fondo Monetario Internacional y la Organización de las Naciones Unidas. Sin embargo, también ha generado críticas sobre la falta de democracia y transparencia en estas instituciones, así como la pérdida de soberanía de los países.

Según la mayoría de los expertos, la globalización económica ha llevado a una homogeneización de los distintos modelos socioeconómicos nacionales. A pesar de que la economía liberal de Estados Unidos y otros países anglosajones es solo una de las muchas formas de capitalismo, se observa una tendencia a menospreciar el modelo de países con economías de mercado coordinadas, como Alemania y los países nórdicos. Además, la globalización ha provocado importantes cambios en los sistemas económicos, financieros y políticos a nivel mundial, teniendo también un impacto significativo en la educación, especialmente en la educación superior. Se ha evidenciado que en los mercados, la educación es clave para impulsar la innovación y la tecnología, lo que permite aumentar el valor de la producción. Por lo tanto, en América Latina y en México en particular, es obligatorio revisar la orientación de la educación superior con el fin de elevar su calidad y equipararla a los estándares internacionales de competitividad.

Uno de los aspectos más destacados de la globalización es el crecimiento del comercio internacional. La apertura de mercados y la reducción de barreras comerciales han facilitado el intercambio de bienes y servicios en todo el mundo, permitiendo a las empresas expandirse a nuevos mercados y acceder a una amplia variedad de recursos y talentos. Sin embargo, este aumento del comercio también ha llevado a preocupaciones sobre la desigualdad económica, la pérdida de empleos en industrias locales y la explotación laboral en países en desarrollo.

Además del comercio, la globalización ha traído consigo una difusión sin precedentes de información, ideas y culturas. La revolución digital ha conectado a personas de todo el mundo a través de Internet y las redes sociales, permitiendo un intercambio instantáneo de conocimientos y experiencias. Sin embargo, este flujo de información también ha generado preocupaciones sobre la privacidad, la desinformación y la polarización social, destacando la necesidad de una mayor regulación y responsabilidad en el ciberespacio.

La globalización también ha tenido un impacto significativo en el medio ambiente, que es el ámbito que más importa en este trabajo, ya que con la creciente demanda de recursos naturales y la expansión de la producción y el transporte a nivel mundial. Esto ha llevado a problemas como la deforestación, la contaminación del aire y del agua, y el cambio climático, subrayando la necesidad de una acción colectiva para abordar los desafíos ambientales globales.

En resumen, la globalización es un fenómeno complejo que ha tenido impactos positivos y negativos en diferentes aspectos de la sociedad. Si bien ha traído beneficios en términos de crecimiento económico, intercambio cultural y cooperación internacional, también ha generado desafíos en términos de desigualdad, vulnerabilidad y conflicto, es importante que los países y las sociedades trabajen juntos para abordar estos desafíos de manera justa y sostenible, con el objetivo de aprovechar los beneficios de la globalización y mitigar sus impactos negativos.

La globalización actual ha significado una reorganización del sistema capitalista gracias a la descentralización de los mercados por parte de los Gobiernos y a la estructuración de las empresas a través de sus redes para operar a nivel mundial. Esta nueva economía está transformando la sociedad, el empleo y las interacciones entre culturas, destacando la necesidad de la educación como un factor crucial para lograr la igualdad.

En México, la globalización ha tenido un impacto significativo en la economía, la cultura y la sociedad del país. Desde la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, México ha experimentado una mayor integración en la economía global, con un aumento en el comercio internacional, la inversión extranjera y la transferencia de tecnología.

Esta integración con la economía mundial ha tenido consecuencias tanto positivas como negativas para México. Por un lado, la apertura de la economía ha facilitado

que las empresas en México puedan ingresar en mercados y tecnologías innovadoras, generando así un impulso en el desenvolvimiento económico y la generación de puestos de trabajo, asimismo, esta apertura ha fomentado una mayor competencia en el mercado, promoviendo la mejora en la calidad y diversidad de productos disponibles para los consumidores.

Sin embargo, la globalización también ha tenido efectos negativos en México. La liberalización del comercio ha llevado a una mayor vulnerabilidad de la economía mexicana a los vaivenes de la economía mundial, lo que ha resultado en crisis económicas y altos niveles de desempleo. Además, la globalización ha contribuido a la desigualdad económica en el país, con la concentración de la riqueza en manos de unos pocos y el aumento de la pobreza en amplias capas de la población.

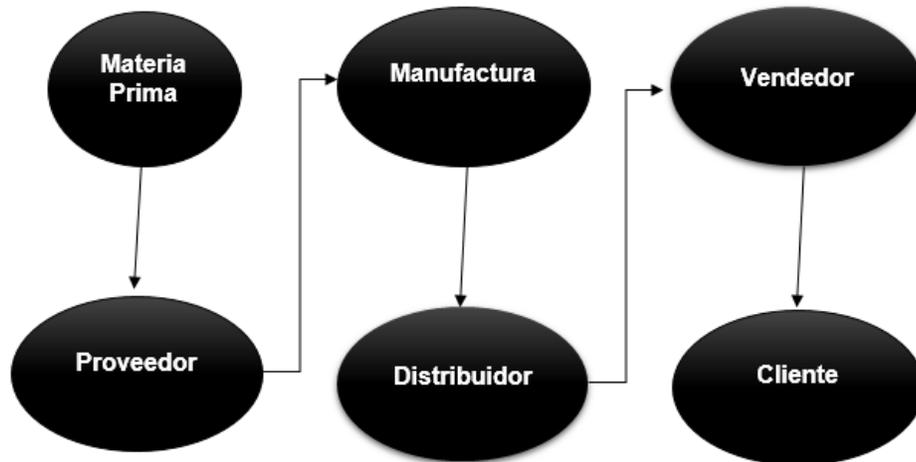
La globalización en México ha sido un proceso complejo con impactos mixtos en la economía y la sociedad. Es importante que el país busque políticas que permitan aprovechar los beneficios de la integración en la economía global, mientras se protegen los sectores más vulnerables y se promueve un desarrollo económico más equitativo.

1.4 CADENA DE SUMINISTRO

Las cadenas de suministro son el motor oculto que impulsa la economía global, una red compleja de interconexiones que une a proveedores, fabricantes, distribuidores y consumidores en un flujo constante de bienes y servicios. Desde la materia prima hasta el producto final, estas cadenas de suministro tejen un intrincado tapiz de logística, gestión y coordinación que sustenta el comercio moderno.

Esquema 1

Cadena de suministro de la industria textil



Fuente: Gómez, Francisco J. *La Cadena de Suministro en la Industria Textil: Estrategias y Desafíos*. Editorial Textil, 2020.

El concepto de cadenas de suministro se remonta a los albores de la industrialización, cuando las fábricas comenzaron a depender de materiales y componentes provenientes de múltiples fuentes para la producción en masa. Con el tiempo, este enfoque evolucionó hacia una red globalizada y altamente interdependiente, donde los productos atraviesan fronteras y continentes antes de llegar a los estantes de las tiendas o a las manos de los consumidores (Gómez, 2020)

La eficiencia y la agilidad son los pilares de las cadenas de suministro modernas. Las empresas buscan minimizar costos y tiempos de entrega, mientras maximizan la calidad y la satisfacción del cliente. Esto implica una cuidadosa planificación y coordinación en cada etapa del proceso, desde la adquisición de materias primas hasta la distribución final.

La cadena de suministro es el conjunto de procesos y actividades que van desde la adquisición de materias primas hasta la entrega de productos terminados al consumidor final, involucrando a todos los actores y recursos que intervienen en este proceso. La cadena de suministro se define como "la coordinación de todas las actividades involucradas en la obtención de materias primas, su transformación en

productos intermedios y finales, y la distribución de estos productos a los clientes finales" (Chopra & Meindl, 2020).

La cadena de suministro se ha convertido en un componente fundamental de las operaciones comerciales en la actualidad. Se refiere al proceso de coordinación de todas las actividades relacionadas con la compra, producción, almacenamiento y distribución de materias primas, productos intermedios y productos finales, desde el proveedor hasta el consumidor final. En este sentido, la cadena de suministro de una empresa es como una red interconectada de organizaciones, recursos, tecnologías y actividades que trabajan juntas para llevar un producto o servicio al mercado de manera eficiente y efectiva. La gestión de la cadena de suministro implica la planificación y el control de estas actividades para maximizar la eficiencia, minimizar los costos y cumplir con las expectativas de los clientes.

Federico Sabria (2021) comenta que una cadena de suministro eficiente es fundamental para el buen funcionamiento de una empresa. La coordinación de todos los procesos involucrados, desde la compra de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente, es clave para lograr la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa. Es importante que exista una comunicación fluida entre los diferentes actores de la cadena de suministro y que se utilicen tecnologías modernas para optimizar los procesos y reducir costos.

Sin embargo, las cadenas de suministro también enfrentan una serie de desafíos. La globalización ha aumentado la complejidad y la vulnerabilidad de estas redes, exponiéndolas a riesgos como desastres naturales, conflictos geopolíticos y fluctuaciones en los precios de los productos básicos. Además, la presión para reducir costos a menudo conduce a prácticas comerciales éticamente cuestionables, como el empleo de mano de obra barata y la degradación ambiental. La tecnología juega un papel crucial en la evolución de las cadenas de suministro. Desde sistemas de gestión de inventario hasta soluciones de seguimiento en tiempo real, la innovación tecnológica está transformando la forma en que se gestionan y operan estas redes. La inteligencia artificial, el aprendizaje automático y la

automatización están abriendo nuevas oportunidades para mejorar la eficiencia y la visibilidad en toda la cadena de suministro.

En última instancia, las cadenas de suministro son un reflejo de la complejidad y la interconexión del mundo moderno. Desde los campos de cultivo hasta las fábricas y los puertos de embarque, cada eslabón en esta cadena desempeña un papel crucial en la economía global.

Al comprender y abordar los desafíos que enfrentan las cadenas de suministro, podemos trabajar hacia un sistema más resiliente, sostenible y equitativo que beneficie a todos los actores involucrados.

1.5 PRODUCCION Y CONSUMO

La producción y el consumo son dos conceptos fundamentales en la economía, ya que representan la base de cualquier sistema económico. La producción se refiere a la creación de bienes y servicios, mientras que el consumo se refiere a la utilización de esos bienes y servicios por parte de los individuos y las empresas.

En la producción, se combinan los recursos productivos, como la tierra, el trabajo, el capital y la tecnología, para crear bienes y servicios que satisfacen las necesidades y deseos de la sociedad. Por otro lado, el consumo representa la parte final de la cadena de producción, en la que los individuos y las empresas utilizan los bienes y servicios para satisfacer sus necesidades y deseos.

La producción y el consumo son dos aspectos fundamentales de la economía de cualquier país, la producción se refiere a la creación de bienes y servicios, mientras que el consumo se refiere a la adquisición y utilización de estos bienes y servicios por parte de los individuos y las empresas. Ambos conceptos están estrechamente relacionados, ya que la producción determina la cantidad y la calidad de los bienes y servicios disponibles para el consumo y a su vez, el consumo impulsa la demanda de productos, lo que a su vez afecta la producción y la economía en general.

En la producción se emplean recursos como mano de obra, materias primas, maquinaria y tecnología para crear bienes y servicios que satisfagan las necesidades y deseos de la sociedad. La eficiencia en la producción es crucial para garantizar la disponibilidad de bienes y servicios a precios asequibles para los consumidores.

La relación entre la producción y el consumo es bidireccional, por un lado, la producción se realiza en función de la demanda del consumidor, lo que a su vez influye en la cantidad y la variedad de bienes y servicios disponibles en el mercado y por otro lado, el consumo determina la rentabilidad de la producción y la viabilidad de las empresas, lo que influye en su capacidad para seguir produciendo y satisfaciendo la demanda del consumidor.

Es importante tener en cuenta que la producción y el consumo están interrelacionados, ya que la producción está orientada a satisfacer las demandas del consumo. A su vez, el consumo impulsa la producción al generar la demanda de bienes y servicios en el mercado.

Según José Méndez (2014) en su libro "Fundamentos de Economía para la sociedad del conocimiento", para el proceso de producción se necesitan los siguientes elementos:

1. Recursos humanos: son los trabajadores que participan en la producción de bienes y servicios, aportando su habilidad, conocimiento y esfuerzo.
2. Recursos materiales: incluyen los materiales, maquinaria, tecnología y cualquier otro insumo necesario para la producción.
3. Recursos financieros: se refieren al capital necesario para financiar la producción, incluyendo la inversión en equipos, materiales, salarios de los trabajadores, entre otros.

4. Recursos naturales: comprenden los recursos provenientes de la naturaleza, como la tierra, el agua, los minerales, entre otros, que son utilizados en el proceso productivo.

Estos elementos son fundamentales para llevar a cabo el proceso de producción de bienes y servicios en una economía.

Sobre el consumo, Mendez (2014) menciona que para este proceso de consumo se necesitan los siguientes elementos:

1. Un consumidor con capacidad y disposición de adquirir un bien o servicio.
2. Un bien o servicio que satisfaga una necesidad o deseo del consumidor.
3. Un mercado en el cual se pueda llevar a cabo el intercambio de bienes y servicios.
4. Un sistema de precios que permita coordinar la oferta y la demanda.
5. Información sobre las características y precios de los bienes y servicios disponibles en el mercado.
6. Un sistema de distribución que permita que los bienes y servicios lleguen al consumidor final de manera efectiva.
7. Un marco legal que proteja los derechos del consumidor y garantice la competencia en el mercado.
8. Condiciones macroeconómicas favorables que impulsen el consumo, como un nivel adecuado de empleo y una política fiscal y monetaria estable.

Estos elementos son fundamentales para que el proceso de consumo se lleve a cabo de manera eficiente y satisfactoria tanto para los consumidores como para los productores.

Los consumidores son la base del mercado ya que son quienes demandan los productos y servicios que las empresas ofrecen. Su comportamiento de compra y preferencias influyen directamente en las decisiones que toman las empresas respecto a qué productos desarrollar, cómo comercializarlos y a qué precio venderlos.

Además, los consumidores tienen el poder de elegir entre diferentes opciones de productos y marcas, lo que fomenta la competencia y la innovación en el mercado. También son quienes determinan la reputación de una empresa a través de sus experiencias de compra y recomendaciones a otros consumidores.

La relación entre producción y consumo es central para entender cómo funciona la economía. La producción genera ingresos y empleo, lo que a su vez impulsa el consumo al proporcionar a las personas los medios para adquirir bienes y servicios. A su vez, el consumo crea demanda de productos, incentivando a las empresas a producir más y a innovar para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores.

Sin embargo, esta relación no es siempre perfecta y puede dar lugar a desequilibrios económicos. Por ejemplo, si la producción supera la demanda, puede haber exceso de inventario y presión sobre los precios, lo que puede llevar a recortes en la producción y pérdida de empleos. Por otro lado, si el consumo supera la capacidad de producción, puede haber escasez de productos y presión inflacionaria, lo que puede afectar negativamente el poder adquisitivo de los consumidores.

1.5 PRODUCCION Y CONSUMO SOSTENIBLE

Estos conceptos se han convertido en temas cada vez más importantes en la sociedad actual: Con el aumento de la población y el agotamiento de los recursos naturales, es más urgente que nunca adoptar prácticas que aseguren la sostenibilidad a largo plazo

La producción sostenible se refiere a la forma de producir bienes o servicios de manera que se satisfagan las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Esto implica utilizar recursos de manera eficiente, minimizar el impacto ambiental, respetar los derechos laborales y sociales, y garantizar la rentabilidad económica a largo plazo.

La producción sostenible busca encontrar un equilibrio entre el desarrollo económico, la protección del medio ambiente y el bienestar social.

Por otro lado, el consumo sostenible es la forma de consumir utilizando de manera responsable los recursos naturales, minimizando los impactos ambientales y sociales negativos; Trata de satisfacer nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, esto implica reducir el consumo de energía, agua y materiales, así como fomentar la reutilización, el reciclaje y la compra de productos ecológicamente sostenibles. El consumo sostenible también incluye la promoción de prácticas comerciales justas y éticas, así como la adopción de hábitos de consumo consciente y responsable.

La producción y consumo sostenible no solo benefician al medio ambiente, sino que también tienen impactos positivos en la sociedad y en la economía. Por un lado, la sostenibilidad puede contribuir a la creación de empleo y al desarrollo económico sostenible. Por otro lado, reducir la contaminación y proteger los recursos naturales puede mejorar la calidad de vida de las personas y promover la equidad social. En este sentido, es fundamental que las empresas, los gobiernos y los consumidores trabajen juntos para promover la producción y consumo sostenible.

Las empresas deben adoptar prácticas sostenibles en sus procesos de producción, ofrecer productos y servicios sostenibles y ser transparentes en sus prácticas. Los gobiernos deben establecer regulaciones y políticas que fomenten la sostenibilidad y promuevan la responsabilidad social empresarial. Por último, los consumidores también tienen un papel importante en esta ecuación, ya que sus decisiones de compra pueden influir en las prácticas de las empresas y en la dirección del mercado.

Según la ONU (2016), se refiere a la promoción de prácticas de producción y consumo que permitan satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Esto implica utilizar los recursos de manera eficiente, reducir al mínimo los desperdicios y la contaminación, promover la equidad social y económica, y garantizar la protección del medio ambiente. Se busca fomentar el uso eficiente de los recursos, incluyendo la energía, en la producción de un sector industrial específico, al utilizar menos recursos, una empresa puede aumentar sus ganancias y mejorar las condiciones de vida de su entorno cercano y lejano.

En el informe Producción y consumo responsables hecho por la ONU (2016), se indica que si en 2050 la población mundial alcanza los diez mil millones de habitantes y mantienen un nivel de consumo similar al actual, sería necesario contar con tres planetas para poder proporcionar las materias primas necesarias para satisfacer esta demanda.

La meta número 12 corresponde al Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12 establecido por las Naciones Unidas. Esta meta se enfoca en "Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles" con el objetivo de promover patrones de consumo y producción más sostenibles y eficientes en todo el mundo. Esto implica reducir el desperdicio de alimentos, promover prácticas de producción más sostenibles, fomentar el uso de energías renovables y mejorar la gestión de los recursos naturales.

De acuerdo a la ONU (2016), las empresas deben comprometerse a analizar los efectos ambientales de sus productos y servicios, considerando su ciclo de vida y cadena de suministro. La innovación es clave para crear opciones empresariales que promuevan ganancias sostenibles.

Según el informe hecho por las Naciones Unidas, es fundamental que los consumidores tomen conciencia sobre la reducción de desechos y los patrones de comportamiento al adquirir productos y servicios. La toma de decisiones tiene un gran impacto en las industrias, como es el caso de la industria de la moda que contamina fuentes de agua dulce y brinda condiciones laborales precarias en países

en desarrollo. Al adquirir productos de esta industria, los consumidores perpetúan esta situación. Por otro lado, al apoyar a la industria local/nacional que practique la sostenibilidad, los consumidores están rechazando las malas prácticas de las multinacionales y contribuyendo a evitar comportamientos dañinos.

La producción y consumo sustentable en México es un tema importante que busca equilibrar el desarrollo económico con la conservación del medio ambiente y la calidad de vida de las personas.

En cuanto a la producción sustentable, se promueve el uso eficiente de los recursos naturales, la reducción de la huella ecológica y la adopción de tecnologías limpias en las industrias. También se fomenta la implementación de prácticas sostenibles en la agricultura, la pesca y la ganadería, para garantizar la seguridad alimentaria de la población sin comprometer los recursos naturales a largo plazo. Se promueve la adopción de hábitos responsables y conscientes por parte de los consumidores, como la compra de productos locales, orgánicos y de comercio justo, la reducción del consumo de energía y agua, y la gestión adecuada de los residuos. Además, se fomenta la conciencia ambiental y la educación sobre la importancia de conservar los recursos naturales para las generaciones futuras.

En México, diversas organizaciones, empresas y el gobierno están trabajando en conjunto para promover la producción y consumo sustentable a través de políticas, programas y acciones concretas. Sin embargo, aún hay muchos desafíos por enfrentar, como la falta de conciencia, la resistencia al cambio y la falta de regulación en algunos sectores. Por lo tanto, es fundamental seguir impulsando iniciativas que favorezcan un desarrollo sostenible en el país y contribuyan a la preservación del medio ambiente.

Es necesario cambiar nuestra forma de producir y consumir para asegurar la sostenibilidad a largo plazo y proteger el planeta para las futuras generaciones. Todos tenemos un papel que desempeñar en esta transición hacia un modelo más

sostenible, y es responsabilidad de todos trabajar juntos para lograr un mundo más sostenible y justo.

1.7 MODA SOSTENIBLE

Para comprender la moda sostenible, es necesario analizar de forma individual los términos moda y sostenibilidad. A continuación se presentan breves definiciones de cada uno antes de abordar el tema principal.

MODA es un término que se utiliza para referirse a las tendencias actuales en indumentaria, accesorios, estilo de vida y belleza. Según el diccionario de la Real Academia Española, MODA significa "uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos".

De acuerdo con Alier (2012) en "Desarrollo sostenible: Claves para una nueva forma de vida" la SOSTENIBILIDAD se refiere a la capacidad de mantener un equilibrio a largo plazo entre la explotación de recursos naturales, el bienestar social y el cuidado del medio ambiente.

Sabiendo estos dos conceptos, podemos deducir que la moda sostenible es aquella que se produce de manera consciente y responsable, teniendo en cuenta el impacto ambiental y social de todo el proceso de fabricación, desde la selección de los materiales hasta la producción y distribución de las prendas. Además, la moda sostenible también se enfoca en promover un consumo consciente, apostando por la calidad y durabilidad de las prendas en lugar de seguir las tendencias efímeras de la industria de la moda.

La industria textil, con su capacidad para transformar fibras en tejidos y prendas de vestir, ha sido durante mucho tiempo un motor impulsor del progreso económico y social en todo el mundo. Sin embargo, en el camino hacia el desarrollo, esta

industria también ha dejado una huella significativa en el medio ambiente y en las comunidades que la sostienen.

En la actualidad, el desafío de la sostenibilidad se ha convertido en una preocupación central para la industria textil, que busca reconciliar su crecimiento continuo con la preservación de los recursos naturales y el bienestar de las personas.

Esta moda surgió como una respuesta a la creciente preocupación por el impacto ambiental y social de la industria de la moda. Con el aumento de la conciencia sobre el uso de recursos naturales, la explotación de trabajadores en países en desarrollo y la generación de residuos textiles, muchas personas empezaron a buscar alternativas más éticas y responsables.

La sostenibilidad en la industria textil abarca múltiples dimensiones, desde la producción de materias primas hasta la eliminación de productos al final de su vida útil. En primer lugar, la producción de fibras textiles, como el algodón y el poliéster, requiere grandes cantidades de agua, energía y productos químicos, lo que puede tener graves consecuencias para los ecosistemas locales y la disponibilidad de recursos naturales. Además, los procesos de fabricación y teñido de tejidos a menudo generan contaminación del agua y del aire, contribuyendo a la degradación ambiental y a la salud humana.

Se basa en la producción de prendas de vestir de manera que minimicen el impacto negativo en el medio ambiente y en las personas involucradas en su fabricación. Esto incluye utilizar materiales orgánicos, reciclados o sostenibles, reducir el consumo de agua y energía en el proceso de producción, promover condiciones laborales justas y transparentes, y fomentar la reutilización y el reciclaje de prendas usadas.

Con el crecimiento del movimiento de la moda sostenible, cada vez más empresas y diseñadores están adoptando prácticas más responsables en sus procesos de producción. Además, los consumidores están tomando conciencia de la importancia de elegir productos sostenibles y están apoyando marcas que se comprometen con la sostenibilidad.

En términos de equidad social, la industria textil enfrenta desafíos relacionados con las condiciones laborales en las fábricas, especialmente en los países en desarrollo donde se concentra la producción de prendas de vestir. Los bajos salarios, las largas horas de trabajo y la falta de derechos laborales básicos son problemas comunes en muchas fábricas textiles, lo que plantea interrogantes sobre la ética y la responsabilidad social de las empresas involucradas en la cadena de suministro.

Sin embargo, a pesar de estos desafíos, también hay razones para ser optimistas sobre el futuro de la industria textil. Cada vez más empresas están adoptando prácticas más sostenibles en toda su cadena de suministro, desde la elección de materiales orgánicos y reciclados hasta la implementación de tecnologías más eficientes y el establecimiento de programas de bienestar laboral. Además, los consumidores están cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de la ropa que compran, lo que está generando una demanda creciente de productos textiles éticos y sostenibles.

Una de las estrategias de sostenibilidad que las empresas productoras han adoptado son los programas de recolección, los cuales consisten en reciclar materiales para confeccionar prendas como chaquetas de poliéster fabricadas a partir de botellas recicladas o zapatillas hechas con neumáticos viejos. Cuando los clientes ya no quieren estas prendas, pueden devolverlas para que la empresa o alguna organización sin fines de lucro las recicle y así evitar que terminen en la basura. Esta iniciativa forma parte de la moda circular, que propone una producción no lineal y enfatiza en que los productos no deben tener un único propósito, lo que implica que las empresas deben adoptar prácticas sostenibles en la industria textil.

Sin embargo, esta tarea no puede ser llevada a cabo únicamente por las empresas, sino que requiere la colaboración y conciencia de diseñadores, empresarios, consumidores y la sociedad en general.

En junio de 2019, el Centro Mexicano de Derecho Ambiental, A.C. (CEMDA) colaboró con la Fundación C&A para promover la economía circular en la industria de la moda y textiles en México, con el objetivo de destacar las posibilidades de crecimiento dentro del país. Se identificaron obstáculos y oportunidades dentro del marco legal existente, con recomendaciones para su implementación efectiva.

Fuentes Carrillo (2019) destaca la importancia de implementar prácticas sostenibles en la industria textil para reducir su impacto ambiental. Propone medidas como el uso de materiales reciclados, la reducción del desperdicio de agua y energía, y la promoción de la reutilización y el reciclaje de prendas de vestir; Además, resalta la necesidad de involucrar a todos los actores de la cadena de suministro en la transición hacia la economía circular en este sector.

En la actualidad, la mayoría de las industrias y empresas del sector moda y textil en México siguen un modelo de negocio en el que se crea valor en un producto solo para desecharlo casi de inmediato después de ser utilizado. Esto significa que los residuos resultantes representan una pérdida económica significativa y sin sentido. La raíz de este problema radica en que tanto las políticas como el marco legal actuales se basan en una visión lineal de la economía, lo que lleva a que el sector de la moda y textil opere bajo un modelo de "tomar-usar-desechar".

1.7.1 CONDICIONES LABORALES

Como ya hemos visto a lo largo de este documento, la industria de la moda es una de las más lucrativas a nivel mundial, generando miles de millones de dólares en ventas cada año. Sin embargo, detrás de las glamorosas pasarelas y las deslumbrantes campañas publicitarias se esconde una realidad sombría: la

explotación laboral en las cadenas de suministro de la moda, especialmente en países como China e India.

China e India son dos de los principales productores de ropa del mundo, abasteciendo a marcas de renombre internacional con prendas a precios competitivos. Sin embargo, la demanda de producción a gran escala y a bajo costo ha llevado a condiciones laborales deplorables para los trabajadores en estas fábricas. Muchos de ellos trabajan largas jornadas, a menudo sin descanso ni tiempo libre, en condiciones insalubres y peligrosas, además, la mayoría de los trabajadores en la industria de la moda en China e India son mujeres y niños, que son más vulnerables a la explotación laboral debido a su falta de representación y protección. Muchas veces, son obligados a trabajar en condiciones de semi esclavitud, con salarios bajos y sin acceso a medidas de seguridad básicas.

La presión constante por reducir costos y aumentar la producción ha llevado a que las marcas de moda ignoren las violaciones de los derechos laborales en sus cadenas de suministro. La falta de transparencia en la cadena de producción dificulta la identificación y la responsabilidad de las marcas en relación con estas prácticas abusivas.

Es responsabilidad de las marcas de moda y de los consumidores exigir una mayor transparencia en las cadenas de suministro y garantizar que se respeten los derechos laborales de los trabajadores en todas las etapas de la producción de prendas de vestir. Se deben implementar mecanismos de control y auditorías para verificar que las fábricas cumplan con estándares éticos y laborales, y se deben establecer programas de capacitación y empoderamiento para los trabajadores para garantizar su bienestar y dignidad en el lugar de trabajo.

Según la ONU, la explotación laboral en las cadenas de suministro es un problema grave que viola los derechos humanos de los trabajadores. La organización ha instado a los gobiernos, las empresas y otras partes interesadas a tomar medidas

para prevenir y erradicar la explotación laboral en las cadenas de suministro, promoviendo prácticas laborales justas y respetuosas de los derechos humanos. La ONU ha desarrollado estándares internacionales y directrices para garantizar que las empresas cumplan con sus responsabilidades en materia de derechos laborales y cumplan con las normas internacionales del trabajo.

En México, esta industria ha sido durante mucho tiempo un pilar de su economía, proporcionando empleo a una gran cantidad de trabajadores y contribuyendo significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) del país. Sin embargo, detrás de la apariencia de las prendas de vestir y los productos textiles, se esconden realidades laborales que presentan desafíos importantes en términos de condiciones laborales, derechos de los trabajadores y equidad en el lugar de trabajo. Uno de los desafíos más acuciantes en la industria textil mexicana es la persistencia de condiciones laborales precarias en muchas fábricas y talleres de confección.

Los trabajadores a menudo enfrentan largas jornadas laborales, salarios bajos, falta de seguridad en el trabajo y falta de acceso a prestaciones básicas como seguro de salud y seguridad social. Además, en algunos casos se han documentado abusos graves, como el trabajo infantil y la explotación laboral, lo que subraya la urgencia de abordar estas cuestiones de manera integral y efectiva.

La falta de sindicalización y representación laboral también es un problema significativo en la industria textil mexicana. Muchos trabajadores no tienen voz ni poder de negociación para defender sus derechos e intereses, lo que los deja vulnerables a la explotación y al abuso por parte de los empleadores. Además, la subcontratación y la informalidad en el empleo complican aún más la situación, dificultando la supervisión y regulación efectiva de las condiciones laborales en toda la cadena de suministro.

Si bien existen leyes laborales y regulaciones en México destinadas a proteger los derechos de los trabajadores, su implementación y cumplimiento son inconsistentes

y a menudo insuficientes. La falta de aplicación efectiva de estas leyes deja a los trabajadores en una posición precaria y perpetúa un ciclo de explotación y vulnerabilidad en la industria textil.

A pesar de estos desafíos, también hay razones para ser optimistas sobre el futuro de las condiciones laborales en la industria textil mexicana. El aumento de la conciencia pública sobre estas cuestiones, junto con la presión de los consumidores y las organizaciones de la sociedad civil, está generando un mayor escrutinio y demanda de cambios significativos en la industria. Además, algunas empresas están empezando a reconocer la importancia de mejorar las condiciones laborales como parte de sus estrategias de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad, lo que podría impulsar cambios positivos en el futuro.

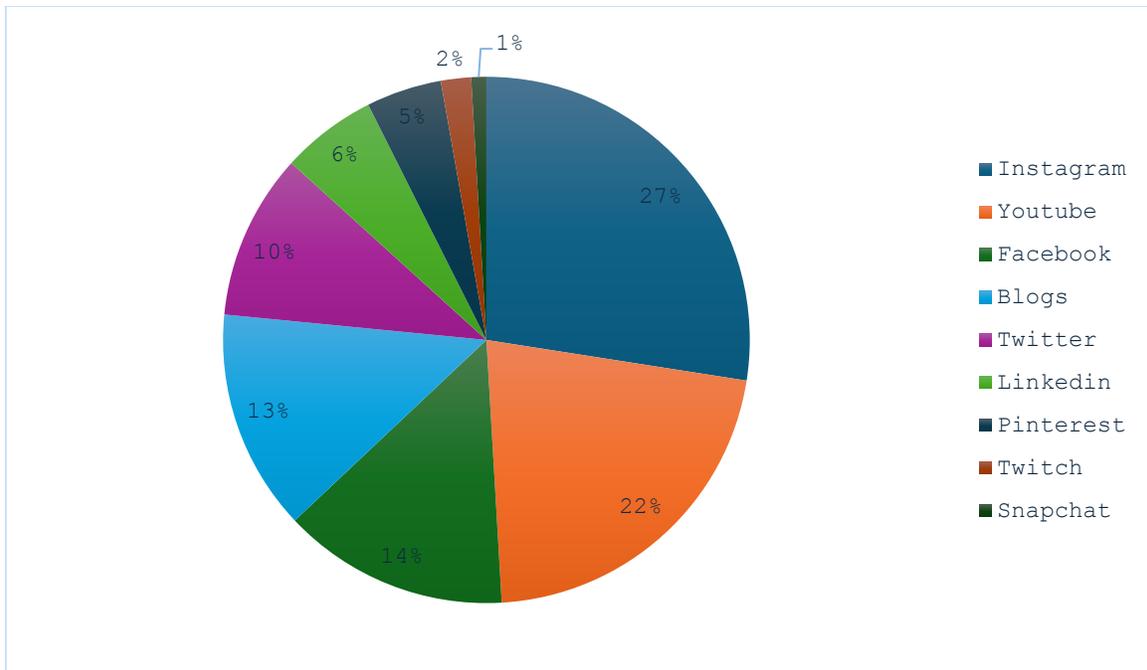
1.7.2 LA TENDENCIA ACTUAL EN EL ENTORNO DIGITAL DE LA MODA.

La industria de la moda está experimentando una transformación sin precedentes impulsada por la revolución digital. En un mundo cada vez más conectado, los consumidores buscan experiencias de compra personalizadas, acceso inmediato a las últimas tendencias y una mayor transparencia en toda la cadena de valor. En este contexto, la tendencia actual en el entorno digital de la moda está marcada por una serie de innovaciones y cambios disruptivos que están redefiniendo la forma en que interactuamos con la moda y consumimos productos.

Una de las tendencias más destacadas en el entorno digital de la moda es el auge del comercio electrónico y las plataformas de venta en línea. Cada vez más consumidores prefieren realizar compras desde la comodidad de sus hogares a través de sitios web y aplicaciones móviles, lo que ha llevado a un crecimiento explosivo del comercio electrónico en la industria.

Grafica 2

Redes sociales con más alcance en el año 2023



FUENTE: Statista. (2023). Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México en 2023. Statista. <https://www.statista.com>

Las marcas y minoristas de moda están invirtiendo en plataformas de comercio electrónico intuitivas y fáciles de usar, así como en estrategias de marketing digital dirigidas a captar y retener clientes en línea.

Además del comercio electrónico, otra tendencia clave en el entorno digital de la moda es la adopción de tecnologías emergentes como la realidad aumentada (RA) y la inteligencia artificial (IA) para mejorar la experiencia del cliente. Las marcas están utilizando la RA para permitir a los consumidores probarse virtualmente la ropa y los accesorios antes de realizar una compra, mientras que la IA se está utilizando para personalizar recomendaciones de productos y mejorar la atención al cliente a través de chatbots y asistentes virtuales.

La forma en que los consumidores adquieren “moda” ha sido transformada por el avance tecnológico y su integración en la industria textil. El comercio electrónico, o e-commerce, se ha vuelto popular, permitiendo a los usuarios comprar productos y servicios a través de internet. Las marcas están siguiendo una estrategia digital que incluye el uso de las redes sociales como herramienta clave.

La democratización de la moda a través de las redes sociales y las plataformas de contenido generado por el usuario también está impulsando cambios significativos en el entorno digital de la moda. Los influencers y creadores de contenido juegan un papel cada vez más importante en la promoción de marcas y productos, y las plataformas de redes sociales como Instagram y TikTok se han convertido en destinos populares para descubrir nuevas tendencias y estilos de moda.

Las marcas están aprovechando estas plataformas para llegar a audiencias más amplias y comprometidas, así como para obtener información valiosa sobre las preferencias y comportamientos de los consumidores.

Sin embargo, a pesar de todas estas innovaciones y avances, el entorno digital de la moda también presenta desafíos importantes. La saturación del mercado en línea y la competencia feroz entre marcas pueden dificultar que las empresas se destaquen y capturen la atención de los consumidores. Además, la seguridad de los datos y la privacidad del consumidor son preocupaciones crecientes en un entorno digital cada vez más interconectado, lo que requiere un enfoque proactivo por parte de las empresas para proteger la información personal de sus clientes.

La moda en el actual ecosistema digital se ha convertido en un fenómeno global que ha transformado la forma en que las personas consumen y experimentan la moda. En un mundo cada vez más conectado a través de Internet y las redes sociales, la moda se ha vuelto más accesible y democratizada, permitiendo a las personas de todo el mundo expresar su estilo y personalidad a través de la ropa y los accesorios que eligen usar.

Una de las principales ventajas del ecosistema digital en la moda es la posibilidad de acceder a una amplia gama de marcas y diseñadores de todo el mundo con sólo unos clics.

Las plataformas de comercio electrónico y las redes sociales han facilitado la compra de moda online, permitiendo a los consumidores descubrir nuevas marcas, tendencias y estilos de una manera rápida y conveniente, además, las redes sociales como Instagram, Pinterest y TikTok han revolucionado la forma en que las personas descubren y comparten la moda. Los influencers y bloggers de moda tienen un gran impacto en la industria, ya que pueden influir en las decisiones de compra de sus seguidores a través de contenido visualmente atractivo y recomendaciones de productos.

Por otro lado, el ecosistema digital también ha planteado desafíos para la industria de la moda, como la problemática del fast fashion y la sobreproducción de prendas. La rapidez con la que las tendencias cambian en Internet ha llevado a un modelo de negocio basado en la producción masiva y la explotación de recursos naturales, lo que ha tenido un impacto negativo en el medio ambiente y en las condiciones laborales de los trabajadores de la industria textil.

La moda en el actual ecosistema digital presenta una dualidad de oportunidades y desafíos. Por un lado, la accesibilidad y la democratización de la moda a través de Internet han permitido a las personas expresar su estilo de forma única y personal, mientras que, por otro lado, la rápida evolución de las tendencias y la presión por consumir de manera constante plantean dilemas éticos y medioambientales que la industria de la moda debe abordar de manera urgente.

En este sentido, es importante que los consumidores sean conscientes de sus decisiones de compra y opten por marcas sostenibles y éticas que promuevan una moda más responsable y respetuosa con el medio ambiente y las personas.

Hablando de México, la moda ha experimentado un cambio significativo en los últimos años, especialmente en lo que respecta a la forma en que los consumidores interactúan con las marcas y adquieren productos. En el actual ecosistema digital,

la moda ha adquirido una relevancia y una presencia sin precedentes, gracias a la penetración de internet y las redes sociales en la vida cotidiana de los mexicanos. Una de las principales tendencias que ha marcado este cambio en la industria de la moda en México es el auge del comercio electrónico. Cada vez son más las personas que prefieren comprar ropa, zapatos y accesorios a través de plataformas digitales, en lugar de acudir a tiendas físicas. Esto ha llevado a un crecimiento exponencial de las ventas en línea y ha obligado a las marcas a adaptarse a este nuevo formato de venta, ofreciendo experiencias de compra personalizadas y optimizadas para dispositivos móviles, sumándole a esto, las redes sociales que han jugado un papel fundamental en la difusión de las tendencias de moda en México.

Instagram, en particular, se ha convertido en una herramienta indispensable para las marcas y los diseñadores, que utilizan esta plataforma para mostrar sus colecciones, colaborar con influencers y generar engagement con sus seguidores. Los mexicanos, en su mayoría jóvenes y ávidos consumidores de moda, encuentran en Instagram inspiración y referencias para construir su propio estilo.

Otra tendencia que ha cobrado fuerza en el mundo de la moda en México es la inclusión y la diversidad. Cada vez son más las marcas que apuestan por la representación de la diversidad en sus campañas y colecciones, mostrando a modelos de diferentes tallas, edades y etnias. Esta apertura a la diversidad refleja la evolución de la sociedad mexicana y la demanda de los consumidores por marcas inclusivas y socialmente responsables.

En este nuevo contexto digital, las marcas de moda en México se enfrentan al desafío de adaptarse a las exigencias de un consumidor cada vez más informado y demandante. Aquellas marcas que logren ofrecer una experiencia de compra integral, desde la inspiración inicial hasta la entrega del producto, serán las que logren destacar y fidelizar a sus clientes en este competitivo mercado.

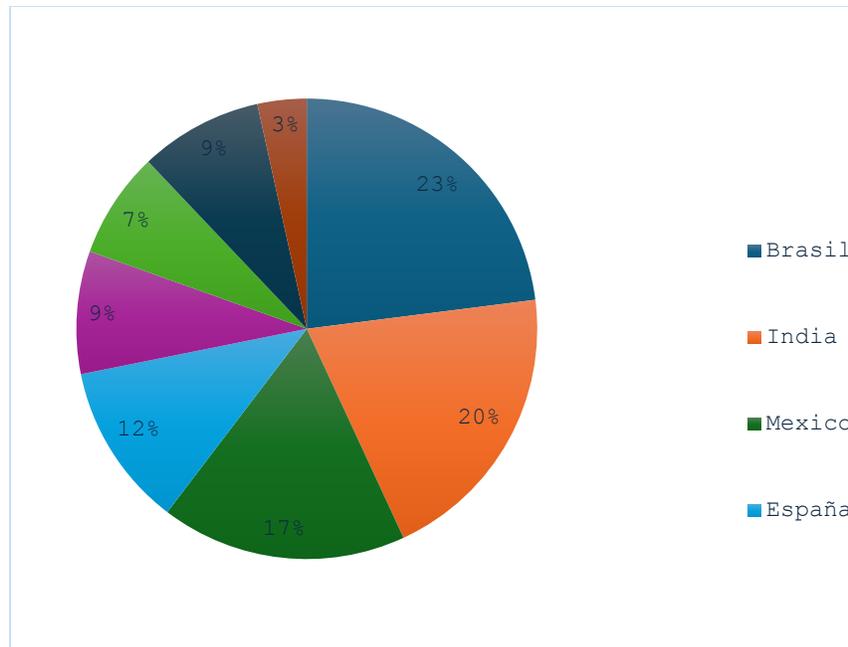
La moda en México ha experimentado una transformación radical, marcada por el auge del comercio electrónico, el poder de las redes sociales y la apuesta por la diversidad. Las marcas que logren adaptarse a estas nuevas tendencias y satisfacer las demandas de los consumidores estarán en una posición privilegiada para seguir creciendo y consolidándose en el mercado de la moda en México.

1.7.3 IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA MODA

De acuerdo con "Influencers: How Trends and Creativity Become Contagious" de Berger, J. (2016), Los influencers son personas que tienen la capacidad de influir, persuadir y cambiar la opinión o comportamiento de sus seguidores en redes sociales o en la vida real. Estas personas suelen ser consideradas como líderes de opinión en su nicho de mercado, debido a su credibilidad, experiencia y éxito en el tema que abordan.

Hoy en día, los influencers se han convertido en una parte importante de la industria de la moda, especialmente en el ámbito del fast fashion. Estas personalidades con grandes seguidores en plataformas como Instagram, YouTube y TikTok tienen la capacidad de influir en las decisiones de compra de millones de personas, especialmente los jóvenes, lo que ha tenido un impacto significativo en la sociedad.

Grafica 3
**Porcentaje de gente que ha comprado productos de moda porque los
anunció algún influencer.**



Fuente. El impacto de los influencers en la toma de decisión de compra de los consumidores. Dialnet

En primer lugar, los influencers han contribuido a la rápida popularización del fast fashion. Al promocionar constantemente nuevas prendas de moda en sus redes sociales, crean una constante necesidad de estar a la última en tendencias, lo que impulsa a las marcas de moda a producir colecciones cada vez más frecuentes y a precios bajos.

Esto ha llevado a un aumento en la producción de ropa desechable, que tiene un impacto negativo en el medio ambiente debido a la generación de residuos textiles y al uso de recursos naturales, también han contribuido a la creación de una cultura de consumo excesivo al mostrar constantemente su estilo de vida lujoso y mostrando constantemente compras de ropa nueva, fomentan la idea de que es necesario comprar constantemente para mantenerse relevante. Esto ha llevado a un aumento en la acumulación de ropa que muchas veces no se llega a utilizar, lo que genera un desperdicio innecesario y un impacto negativo en la sostenibilidad.

Una de las formas más evidentes en que los influencers impactan en el fast fashion es a través de la promoción directa de productos y marcas. Colaboraciones entre influencers y marcas son comunes, con influencers promocionando productos de moda en sus publicaciones en redes sociales y compartiendo enlaces de afiliados que permiten a los seguidores comprar los productos directamente. Esta forma de marketing de influencia puede generar una rápida exposición y generar un aumento inmediato en las ventas para las marcas de fast fashion.

Por otro lado, los influencers también han contribuido a la democratización de la moda. Al mostrar una variedad de estilos y tallas en sus redes sociales, han ayudado a crear un espacio más inclusivo en la industria de la moda, donde se celebra la diversidad y se promueve la autoexpresión. Esto ha impulsado a las marcas de moda a ser más conscientes de la diversidad de sus consumidores y a ofrecer una mayor variedad de tallas y estilos en sus colecciones.

Estas personas tienen un impacto significativo en la sociedad en lo que respecta al fast fashion. Si bien han contribuido a la popularización de la moda rápida y al consumo excesivo, también han jugado un papel importante en la democratización de la moda y en la promoción de la diversidad en la industria. Sin embargo, es importante que tanto los influencers como las marcas de moda sean conscientes de su responsabilidad social y ambiental y trabajen juntos para promover un consumo más consciente y sostenible.

Sin embargo, el impacto de los influencers en el fast fashion va más allá de la promoción de productos. También han contribuido a la rápida difusión de tendencias y estilos de moda, influenciando las decisiones de compra de sus seguidores y creando una demanda instantánea de productos populares. Esta influencia puede llevar a ciclos de moda más rápidos y a una mayor presión sobre las marcas para mantenerse al día con las últimas tendencias y lanzar productos nuevos con mayor frecuencia.

Además de su papel en la promoción de productos, algunos influencers también están utilizando su plataforma para generar conciencia sobre cuestiones sociales y ambientales relacionadas con el fast fashion. Esto incluye la promoción de la moda sostenible, la transparencia en la cadena de suministro y la responsabilidad corporativa por parte de las marcas de moda. Al hacerlo, están desafiando a las marcas de fast fashion a ser más transparentes y responsables en sus prácticas comerciales y a considerar el impacto social y ambiental de su producción.

A pesar de estos impactos positivos, también existen críticas hacia el papel de los influencers en el fast fashion. Algunos argumentan que promueven un consumismo desenfrenado y una cultura de la imagen corporal poco realista al perpetuar la idea de que la felicidad y el éxito están vinculados a la posesión de productos de moda. Además, la promoción excesiva de productos de fast fashion puede contribuir al problema de la moda rápida, que está asociado con prácticas laborales injustas, impactos ambientales negativos y una producción masiva de productos de corta duración.

1.8 LA ECONOMÍA CIRCULAR EN LA INDUSTRIA TEXTIL

Ante el deterioro ambiental causado por el uso excesivo de recursos, la alta demanda de los consumidores y en un mundo donde los recursos naturales son finitos y las presiones sobre el medio ambiente son cada vez más evidentes, la economía circular emerge como un nuevo paradigma que busca transformar la forma en que producimos, consumimos y gestionamos los recursos.

En contraste con el modelo lineal tradicional de "tomar, hacer, desechar", la economía circular propone un enfoque más sostenible y regenerativo, donde los productos, materiales y recursos se mantienen en uso durante el mayor tiempo posible y se reciclan y reutilizan al final de su vida útil. Es imprescindible encontrar alternativas que promuevan un modelo de economía circular. Esta estrategia busca aprovechar al máximo los recursos y reducir los desperdicios, en contraposición al modelo lineal actual. Sin embargo, es fundamental comprender a fondo este

enfoque y desarrollar estrategias para su implementación efectiva. En este sentido, el objetivo de este estudio fue revisar la literatura existente sobre la economía circular y su situación en México. Los resultados indican que México está en una etapa incipiente en cuanto a la adopción de prácticas de sustentabilidad y economía circular, por lo que es necesario crear un plan de acción que involucre a organizaciones, gobierno y sociedad en este proceso de transformación.

En el mundo:

1300 millones de toneladas de basura genera la humanidad cada año	1.2 kg de desechos genera cada persona al día en promedio en el mundo	99% de los artículos que compramos se desechan a los 6 meses	65% de los desechos de reciclan en Alemania, país número 1 en reciclaje
---	---	--	---

En México:

103000 toneladas de residuos se generan en México al año	0.852 kg de residuos en promedio genera por día cada persona	34% de los desechos son papel y cartón	10% de todos los desechos se reciclan
--	--	--	---------------------------------------

La economía circular es un enfoque económico sostenible que busca reducir la producción de residuos y fomentar la reutilización, reciclaje y reutilización de materiales y recursos. Este modelo económico se basa en la idea de que los productos, materiales y recursos deben mantenerse en uso el mayor tiempo posible, maximizando su valor y minimizando la generación de residuos.

Uno de los principios fundamentales de la economía circular es la minimización de los residuos y la maximización del valor de los recursos. En lugar de descartar los productos al final de su vida útil, la economía circular promueve la reutilización, el reciclaje y la recuperación de materiales para darles una segunda vida útil. Esto no

solo reduce la presión sobre los recursos naturales y minimiza la generación de residuos, sino que también crea oportunidades económicas al impulsar la innovación, la creación de empleo y el desarrollo de nuevos mercados y productos.

La economía circular también busca optimizar el uso de los recursos a lo largo de toda la cadena de valor, desde la extracción de materias primas hasta la producción, distribución, consumo y gestión de residuos. Esto implica adoptar prácticas de diseño más sostenibles que minimicen el uso de recursos y la generación de residuos desde el principio, así como fomentar la colaboración entre empresas, sectores y países para cerrar los circuitos de materiales y maximizar la eficiencia en el uso de los recursos.

Un documento fundamental sobre la economía circular es el informe "Hacia la Economía Circular: Acelerando la expansión en las cadenas de suministro globales" publicado por la Fundación Ellen MacArthur en 2013. En dicho informe se describe de qué manera la economía circular puede traer beneficios económicos, ambientales y sociales, y se indican las acciones necesarias para impulsar la transición hacia este modelo económico.

Además de los beneficios ambientales evidentes, la economía circular también ofrece importantes ventajas económicas y sociales. Al reducir la dependencia de los recursos naturales y fomentar la innovación y la eficiencia, la economía circular puede contribuir al crecimiento económico sostenible y a la creación de empleo en sectores como la gestión de residuos, la re manufactura y el reciclaje. Además, al promover modelos de negocio basados en la durabilidad, el alquiler y el intercambio de productos, la economía circular puede fomentar una mayor colaboración entre empresas y consumidores, así como un mayor compromiso con la calidad y la longevidad de los productos.

La Comisión Europea también ha emitido varios informes y documentos relevantes sobre la economía circular, como la "Estrategia de la UE para los Plásticos en una

Economía Circular" y "El Pacto Verde Europeo", en los que se proponen políticas y medidas específicas para fomentar la economía circular en Europa.

A pesar de sus muchos beneficios, la transición hacia una economía circular no está exenta de desafíos. Requiere un cambio de mentalidad y cultura tanto a nivel individual como empresarial, así como inversiones significativas en infraestructuras y tecnologías sostenibles.

Además, se necesitan marcos regulatorios y políticas públicas que fomenten y respalden la transición hacia la economía circular, así como la colaboración entre diferentes actores y partes interesadas.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES E IMPACTO AMBIENTAL DE LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE FAST FASHION

2.1 DEFINICION DE FAST FASHION

Fast fashion, o moda rápida, es un término que se ha vuelto omnipresente en la industria de la moda en las últimas décadas. Sin embargo, su definición va más allá de la velocidad en la producción y distribución de prendas de vestir. Fast fashion encapsula un conjunto de prácticas comerciales, tendencias de consumo e impactos ambientales y sociales que han transformado profundamente la forma en que concebimos y consumimos moda.

El fenómeno del fast fashion se refiere a la producción masiva de prendas de vestir debido a la globalización de las tendencias y la constante necesidad de innovación en la industria de la moda. Esto lleva a grandes marcas a poner a disposición del consumidor una gran cantidad de ropa, promoviendo así compras rápidas para que se sientan identificados con las últimas modas (Greenpeace México, 2021). Este ciclo interminable impulsa a las marcas a crear colecciones de ropa de forma acelerada, lo que presiona al consumidor a seguir las tendencias de moda y genera

mayores ingresos para la industria. Sin embargo, esta cultura del fast fashion también conlleva graves consecuencias para el medio ambiente, ya que la producción de grandes cantidades de ropa con materiales de baja calidad y bajo condiciones laborales precarias en países como China o Bangladesh resulta en una mayor contaminación.

En “breve historia de la moda”, Riello (2017) menciona que el fast fashion es un modelo económico que se caracteriza por producir prendas de vestir a gran escala y a precios asequibles, con ciclos de renovación de colecciones rápidos. Este fenómeno ha transformado la industria textil, generando un impacto negativo en el medio ambiente y en los derechos laborales de los trabajadores en países en desarrollo.

Desde un punto de vista ambiental, el fast fashion está asociado con la sobreexplotación de recursos naturales, la generación de residuos y la contaminación del aire y del agua. La producción masiva de prendas de vestir requiere grandes cantidades de agua, energía y productos químicos, mientras que la rápida obsolescencia de las prendas contribuye a un ciclo interminable de producción y desecho de ropa. Además, la fabricación de prendas de vestir en países en desarrollo, donde los costos laborales son bajos, ha sido objeto de críticas por las condiciones laborales injustas y explotadoras en las fábricas de confección.

Desde un punto de vista social, el fast fashion también plantea preocupaciones sobre los derechos laborales y la equidad en la cadena de suministro. Las marcas de fast fashion a menudo externalizan la producción a países en desarrollo donde los costos laborales son bajos, lo que puede llevar a salarios injustos, condiciones laborales precarias y violaciones de los derechos laborales. Además, la presión para reducir los costos y los tiempos de producción puede conducir a prácticas laborales injustas y explotadoras en las fábricas de confección.

Riello (2017) critica la cultura del consumo rápido y desechable que promueve el fast fashion, y aboga por un enfoque más sostenible y ético en la industria de la moda.

Si bien el fast fashion ha democratizado el acceso a la moda y ha permitido a un público más amplio seguir las últimas tendencias a precios asequibles, también ha generado una serie de problemas ambientales, sociales y éticos significativos. Entre estos se incluyen la explotación laboral en fábricas de países en desarrollo, la generación masiva de residuos textiles, el agotamiento de recursos naturales, la contaminación del agua y del aire, y la promoción de un consumismo desenfrenado que contribuye al cambio climático.

Según Ditty (2015), el fast fashion es un modelo de negocio que se basa en producir ropa de forma rápida y a bajo costo, lo cual tiene un impacto negativo en el medio ambiente y en los derechos laborales de los trabajadores. Ditty aboga por un enfoque más sostenible y ético en la industria de la moda, la autora afirma que el auge del fast fashion comenzó en los años 80 y marcó un cambio radical en la industria de la moda al implementar una producción dinámica y distribuida en distintas partes del mundo de manera estratégica, con el objetivo de aumentar la cantidad de productos y disminuir el tiempo de producción; De esta manera se convirtió en un ejemplo destacado de la democratización de la moda, al popularizar la imitación de prendas de reconocidas casas de alta costura como Diane von Furstenberg y Anna Sui, para que fueran accesibles para un público que normalmente no podría pagar los precios originales.

Estas marcas han enfrentado problemas de propiedad intelectual debido a la producción en masa de sus diseños, lo que ha resultado en disputas legales que usualmente se resuelven con las ganancias generadas por la venta de sus productos.

En el texto "Estrenar ropa solo dura segundos" de La Torriente (2018), se habla sobre cómo la emoción de estrenar una prenda nueva suele ser efímera, ya que con

el paso del tiempo esa prenda se convierte en una más en nuestro armario. La autora invita a hacer una reflexión sobre la importancia de valorar más las experiencias y momentos que nos proporciona la ropa, en lugar de darle tanta importancia a la novedad y a la apariencia.

El sector de la moda ha experimentado cambios tan significativos que el tradicional modelo de dos temporadas anuales ya no es viable. Como resultado, las personas en todo el mundo, independientemente de su país de origen, compran más prendas de vestir de las que realmente necesitan, ya que pueden adquirirlas a precios más bajos.

Mehrjoo y Pasek (2014) mencionan que el fast fashion se ha convertido en un fenómeno global en la industria de la moda, caracterizado por la producción masiva de prendas de vestir a un ritmo acelerado y a precios bajos. Sin embargo, también resaltan que este modelo de negocio tiene impactos negativos en el medio ambiente, los trabajadores de la industria textil y en la sociedad en general. Recomiendan que se fomente una moda sostenible y ética que tenga en cuenta la calidad de las prendas, la transparencia en la cadena de suministro y el impacto social y ambiental de la producción de moda; sugieren que, debido a la rapidez con la que se produce, los consumidores ahora cambian sus gustos con mayor rapidez que en el pasado.

Por lo tanto, para adaptarse a esta tendencia y garantizar que solo compren lo que necesitan, las empresas que operan bajo este modelo intentarán influir en la percepción de sus clientes sobre lo que desean, lanzando colecciones que se renuevan casi semanalmente para poder sobrevivir en un mercado tan competitivo. Las colecciones de fast fashion se pueden realizar a tan corto plazo gracias a la eficiencia en la producción, el diseño iterativo, el uso de información en tiempo real y las colaboraciones estratégicas. Todo ello permite a las marcas responder rápidamente a las tendencias del mercado y lanzar colecciones frescas y atractivas en poco tiempo.

Algunos de los factores clave que ocasionan esto son:

1. Producción rápida: Las marcas de fast fashion tienen cadenas de producción altamente eficientes que les permiten diseñar, producir y lanzar nuevas colecciones en tiempo récord. Utilizan fabricantes y proveedores ágiles que pueden producir grandes volúmenes de ropa en poco tiempo.
2. Diseño iterativo: Las empresas de fast fashion suelen tener equipos de diseño que trabajan de manera iterativa, realizando constantes modificaciones y mejoras en las prendas antes de su producción final. Esto les permite responder rápidamente a las tendencias y preferencias del mercado.
3. Uso de información en tiempo real: Las marcas de fast fashion suelen utilizar datos y análisis en tiempo real para identificar las tendencias de moda más populares y ajustar sus colecciones en consecuencia. Esto les permite tomar decisiones más rápidas y acertadas en cuanto a diseño y producción.
4. Colaboraciones y colecciones cápsula: Las marcas de fast fashion suelen colaborar con diseñadores, celebridades o influencers para lanzar colecciones especiales y limitadas en tiempo récord. Estas colaboraciones generan gran interés y demanda entre los consumidores, lo que permite a las marcas vender rápidamente sus productos.

Este fenómeno se sustenta en una serie de prácticas que incluyen la externalización de la producción a países con mano de obra barata, el uso extensivo de materiales de baja calidad, la minimización de costos de producción y el estímulo constante del consumo mediante la presentación continua de nuevas prendas y la creación de una sensación de urgencia en la compra. Esto implica una alta rotación de inventario, con productos que a menudo tienen una vida útil corta debido a su calidad inferior y diseño desechable.

Este término se refiere a un modelo de negocio en la industria de la moda que se caracteriza por la producción masiva de prendas de vestir a bajos costos y con ciclos

de producción y distribución extremadamente rápidos. Este modelo permite que las marcas puedan seguir las tendencias de moda de forma rápida y ofrecer productos actualizados constantemente a sus clientes.

Fast fashion se refiere a la tendencia de las marcas de moda de producir colecciones rápidas y económicas que imitan las últimas tendencias de la pasarela. Estas marcas fabrican prendas a gran velocidad y en grandes cantidades, utilizando materiales de baja calidad y mano de obra barata. La producción y venta de estas prendas se realiza de manera acelerada, con ciclos de diseño que van desde unas pocas semanas hasta días. Este modelo de negocio ha sido criticado por su impacto ambiental, social y ético, ya que promueve el consumo excesivo y la explotación de trabajadores. Algunas marcas de fast fashion conocidas incluyen Zara, H&M y Forever 21.

En todo el mundo, la industria de la moda, valuada en más de un trillón de euros, emplea a más de 300 millones de personas en toda la cadena de producción y servicio de prendas de vestir. Es importante destacar que la producción de algodón por sí sola genera hasta un 7% del empleo total en varios países de ingresos bajos. A pesar de la crisis sanitaria que ha afectado la economía mundial, se espera que las ventas aumenten significativamente hacia finales de la década, especialmente en los mercados emergentes de Asia-Pacífico y Europa.

El modelo de compra rápida ha sido dominante en los últimos años, lo que ha llevado a los consumidores a adquirir más prendas de ropa sin necesariamente gastar más. Esta mentalidad de "comprar más y usar menos" ha fomentado un consumismo desenfrenado, descuidando la importancia del reciclaje y la reutilización.

En resumen, el fast fashion representa un paradigma en la industria de la moda que combina la producción masiva, la rápida renovación de las colecciones y la disponibilidad inmediata de productos a precios bajos, pero que también conlleva

impactos negativos significativos en términos sociales, ambientales y éticos. Su crítica y su análisis han llevado a un creciente interés en alternativas más sostenibles y éticas dentro de la industria de la moda.

En términos de producción, el fast fashion ha llevado a una aceleración sin precedentes en la cadena de suministro de la moda. Las marcas que adoptan este enfoque buscan minimizar costos y maximizar la velocidad, externalizando la producción a países con mano de obra barata y utilizando materiales de baja calidad para mantener los precios bajos. Esto ha llevado a condiciones laborales precarias en muchas fábricas textiles en países en desarrollo, donde los trabajadores enfrentan salarios bajos, largas horas de trabajo y falta de seguridad laboral.

En cuanto al consumo, el fast fashion ha fomentado una cultura de la moda desechable, donde las prendas son adquiridas rápidamente, usadas solo unas pocas veces y luego desechadas. Las marcas lanzan constantemente nuevas colecciones para mantener el interés de los consumidores y generar un sentido de urgencia en la compra. Esto ha llevado a una alta rotación de inventario y a un aumento exponencial en la cantidad de residuos textiles que terminan en vertederos o incineradoras, contribuyendo significativamente a la crisis global de residuos.

El fast fashion también ha impactado en las tendencias y en la percepción de la moda. Al ofrecer productos de última moda a precios accesibles, ha democratizado el acceso a la moda y ha permitido que un público más amplio pueda seguir las tendencias actuales. Sin embargo, esto también ha llevado a una homogeneización de la moda, donde las diferencias entre las marcas se diluyen y la individualidad se ve comprometida en favor de una estandarización de estilos. Además, el fast fashion ha generado una serie de preocupaciones éticas y medioambientales.

Desde la explotación laboral hasta la contaminación del agua y del aire debido a la producción y transporte de prendas, pasando por el agotamiento de recursos naturales para la fabricación de materiales textiles, este modelo ha sido objeto de

críticas por su impacto negativo en el planeta y en las comunidades afectadas por su cadena de suministro.

Según Trujillo (2017), es importante mencionar el impacto del marketing en el triunfo de este sistema, junto con el papel que han tenido las desigualdades laborales y la baja calidad de las materias primas, ya que han permitido mantener precios bajos. Este sistema insostenible tiene consecuencias como la contaminación del planeta, la perpetuación de la pobreza en una gran parte de la población mundial y la promoción de hábitos de consumo perjudiciales.

Trujillo (2017) en El sinsentido del "fast fashion" critica la industria de la moda rápida, argumentando que promueve el consumismo desenfrenado y la explotación laboral. También señala que este modelo de negocio está dañando al medio ambiente al producir grandes cantidades de ropa de baja calidad que termina en vertederos en poco tiempo. Trujillo aboga por un enfoque más sostenible y ético en la industria de la moda.

Salcedo (2014) menciona que la sociedad ha basado su desarrollo económico y social en patrones de producción y consumo totalmente insostenibles, lo cual ha generado graves impactos en el medio ambiente, en la salud de las personas y en la equidad social. Estos patrones de producción y consumo insostenibles han llevado a la sobreexplotación de recursos naturales, a la generación de enormes cantidades de residuos y a la explotación laboral en muchas partes del mundo. En este sentido, Salcedo (2014) aboga por la necesidad de impulsar un cambio hacia una moda ética y sostenible, que tenga en cuenta no solo los aspectos ambientales, sino también los sociales y éticos.

Greenpeace aboga por la preservación de recursos vitales como el agua, la tierra y los bosques, ya que son fundamentales para la vida en nuestro planeta. Promueve la adopción de prácticas sostenibles y la protección de estos recursos para garantizar un futuro sostenible para las futuras generaciones. Además, Greenpeace

trabaja para concienciar sobre la importancia de la conservación de estos recursos y presiona a gobiernos y empresas para que tomen medidas concretas para su preservación.

Alatorre (2016) menciona que el Acuerdo de París es un convenio internacional que busca limitar el calentamiento global y mitigar los efectos del cambio climático. Destaca la importancia de este acuerdo en la lucha contra el cambio climático y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

También destaca la necesidad de que los países cumplan con sus compromisos establecidos en el Acuerdo de París para lograr un desarrollo sostenible y proteger el medio ambiente. Este Acuerdo marcó un hito en la historia al convertirse en la primera acción global que impulsó a muchos países a tomar medidas concretas para combatir el cambio climático, incluyendo términos como resiliencia ambiental y transición hacia la reducción de emisiones de carbono. México es uno de los países que ha ratificado el Acuerdo de París y se compromete a cumplir con sus objetivos de reducción de emisiones.

El país ha establecido su contribución determinada a nivel nacional (NDC, por sus siglas en inglés) y ha implementado diferentes políticas y medidas para cumplir con sus compromisos. Además, México ha sido un actor clave en la lucha contra el cambio climático a nivel internacional, participando activamente en diversas cumbres y foros sobre el tema.

2.2 HISTORIA Y CRECIMIENTO DEL FAST FASHION EN MEXICO

La historia del fast fashion en México es un reflejo de los cambios económicos, sociales y culturales que han transformado el país en las últimas décadas. Desde sus modestos inicios en la industria textil hasta su explosión en la era de la globalización, el fast fashion ha dejado una huella indeleble en la forma en que los mexicanos consumen y perciben la moda.

La historia del fast fashion en México puede rastrearse hasta los años 70 y 80, cuando el país experimentaba un auge en la industrialización y la urbanización. Durante este período, surgieron las primeras marcas de moda accesible y asequible, que ofrecían prendas de vestir a precios bajos y en estilos modernos y actuales. Estas marcas, muchas de las cuales eran de origen mexicano, aprovecharon la creciente demanda de moda urbana y juvenil entre la población joven y urbana del país.

Desde el siglo XX, la industria de la moda ha adoptado la tendencia de considerar la ropa como un artículo de consumo rápido y desechable. La globalización ha sido un factor determinante en esta evolución, ya que ha permitido a las empresas diseñar en un país, fabricar en otro y vender en todo el mundo, lo que les ha permitido reducir costos y aumentar la producción. En los últimos 20 años, el fenómeno del Fast Fashion se ha intensificado debido a la creciente demanda, lo que ha llevado a un aumento significativo en la producción. La apertura del mercado asiático a Europa en los primeros años del siglo XX fue el punto de partida para la popularización de la moda accesible, y esta tendencia se ha consolidado aún más durante los períodos de crisis económica (Vita, 2018)

El concepto de "fast fashion" tal como lo conocemos hoy en día no existía en los años 50. Durante esa época, la industria de la moda operaba de manera muy diferente en comparación con la producción y el consumo de moda en la actualidad. En estos años, la moda era principalmente un fenómeno regional y nacional, con ciclos de producción más largos y menos influencia de las tendencias internacionales. Las marcas de moda producían colecciones estacionales que seguían un calendario predefinido, con una distinción clara entre temporadas como primavera/verano y otoño/invierno.

Las tendencias se desarrollaban de manera más gradual y las prendas se diseñaban para tener una durabilidad y atemporalidad que permitiera a las personas usarlas durante varias temporadas.

La producción de prendas de vestir en los años 50 era predominantemente local, con muchas marcas produciendo sus colecciones en fábricas dentro de sus propios países. Esto significaba que la producción era más lenta y estaba sujeta a limitaciones geográficas y logísticas, además, la cultura del consumismo desenfrenado y la mentalidad de "usar y desechar" que caracteriza al fast fashion actual no estaba presente en los años 50. En cambio, las personas tendían a valorar más sus prendas y a cuidarlas para que duraran más tiempo.

Durante los años 60, hubo un cambio significativo en la industria de la moda, ya que las tendencias comenzaron a cambiar velozmente y los jóvenes optaron por la ropa económica para seguir lo último en moda en lugar de recurrir a los sastres tradicionales. Como resultado, las marcas de moda tuvieron que adaptarse a la creciente demanda que ellas mismas habían generado, lo que llevó a la creación de empresas internacionales con fábricas en países del sur para reducir costos.

En este sentido, la industria se ha caracterizado por su rapidez en todos los aspectos: desde los cambios en la moda hasta el proceso de compra, los envíos y el uso de las prendas. Las empresas responden a las expectativas del consumidor, presionando a los trabajadores para producir más a precios más bajos, en un ciclo en el que la demanda genera una oferta continua de productos a precios atractivos. Este fenómeno comenzó a tomar forma en los años 90, aunque no alcanzó la prominencia y la escala masiva que tiene en la actualidad. Durante esta década, hubo varios cambios significativos en la industria de la moda que sentaron las bases para el rápido desarrollo del modelo de fast fashion en las décadas posteriores.

Uno de los aspectos clave que contribuyó al surgimiento del fast fashion en los años 90 fue la globalización y la liberalización del comercio internacional. Esto permitió

que las marcas de moda trasladaran su producción a países con mano de obra más barata, especialmente en Asia, donde los costos laborales eran considerablemente más bajos que en los países occidentales. Esta externalización de la producción hizo posible una reducción significativa en los costos de fabricación y, por lo tanto, en los precios al por menor de las prendas de vestir, además, los avances en tecnología y logística facilitaron la rápida producción y distribución de prendas de moda. La aparición de la comunicación digital y el comercio electrónico en los años 90 permitió a las marcas llegar a un público más amplio y responder rápidamente a las demandas del mercado. Las cadenas de suministro se volvieron más eficientes, lo que permitió a las marcas acortar los ciclos de producción y ofrecer colecciones más frecuentes y actualizadas.

Fue en las décadas de 1990 y 2000 cuando el fast fashion realmente despegó en México, coincidiendo con la apertura del país a la globalización y al comercio internacional. Marcas internacionales de fast fashion, como Zara, H&M y Forever 21, comenzaron a ingresar al mercado mexicano, ofreciendo una amplia gama de productos de moda a precios accesibles y con ciclos de producción y distribución rápidos. Estas marcas rápidamente se convirtieron en favoritas entre los consumidores mexicanos, que valoraban la variedad, la accesibilidad y la novedad que ofrecían.

Los años 2000 marcaron un período de expansión y consolidación significativa para el fenómeno del "fast fashion". Durante esta década, el modelo de producción y consumo de moda rápida experimentó un crecimiento explosivo y se convirtió en una fuerza dominante en la industria global de la moda. Varios factores contribuyeron a este ascenso:

1. Expansión de cadenas de fast fashion: Marcas como Zara, H&M, Forever 21, y más tarde Primark y Topshop, continuaron su expansión global, abriendo tiendas en todo el mundo y estableciendo presencia en múltiples países. Estas marcas se

convirtieron en símbolos del fast fashion, ofreciendo una amplia gama de prendas de moda a precios asequibles con una rotación de inventario rápida.

2. Avances tecnológicos: La llegada de internet y el comercio electrónico facilitaron aún más la difusión y el acceso al fast fashion. Las marcas aprovecharon estas plataformas para llegar a un público más amplio, ofreciendo opciones de compra en línea y actualizaciones frecuentes sobre nuevas colecciones y tendencias.

3. Mayor presión por seguir las tendencias: La cultura de las redes sociales y la exposición constante a celebridades e influencers impulsaron la demanda de moda rápida. Los consumidores querían estar al tanto de las últimas tendencias y estilos, y el fast fashion les ofrecía una manera rápida y accesible de hacerlo.

4. Ciclos de producción acelerados: Las marcas de fast fashion redujeron aún más los tiempos de producción y lanzaron colecciones más frecuentes para mantener el interés de los consumidores y competir en un mercado cada vez más saturado. Esto se tradujo en una mayor presión sobre los proveedores y trabajadores de la cadena de suministro para cumplir con los plazos ajustados.

5. Impacto ambiental y social: A medida que el fast fashion crecía, también aumentaban las preocupaciones sobre su impacto en el medio ambiente y en las condiciones laborales de los trabajadores en la cadena de suministro. La producción masiva de prendas de baja calidad generaba una enorme cantidad de residuos textiles, mientras que las condiciones laborales en las fábricas de países en desarrollo a menudo eran precarias y explotadoras.

Los años 2000 fueron testigos de la consolidación y expansión masiva del fast fashion como un modelo dominante en la industria de la moda. A pesar de su popularidad y su acceso democratizado a la moda, también trajo consigo preocupaciones cada vez mayores sobre su impacto ambiental, social y ético, lo

que llevó a un aumento en la conciencia y la demanda de alternativas más sostenibles y éticas en la moda.

La llegada de las marcas de fast fashion también tuvo un impacto significativo en la industria textil mexicana. Muchas marcas y fabricantes locales se vieron obligados a competir con los bajos precios y la rápida rotación de productos de las marcas internacionales, lo que llevó a una consolidación y reestructuración de la industria. Algunas empresas locales se adaptaron a este nuevo entorno, enfocándose en la producción de prendas básicas y de alta calidad, mientras que otras lucharon por mantenerse a flote en un mercado cada vez más competitivo.

En México, el concepto de fast fashion ha ganado mucha popularidad en los últimos años, con marcas internacionales como Zara, H&M, Forever 21 y Bershka, estableciendo presencia en el país. Estas marcas han logrado captar la atención de un público joven y deseoso de estar a la moda, ofreciendo productos a precios accesibles y con colecciones que se renuevan constantemente.

El crecimiento del fast fashion en México ha sido impulsado por varios factores, entre los cuales se destacan:

- El crecimiento del poder adquisitivo de la clase media en el país, lo cual ha generado una mayor demanda de productos de moda a precios accesibles.
- El aumento de la industria de la moda en México, con el surgimiento de diseñadores locales y la apertura de nuevos centros comerciales y espacios de venta.
- La influencia de las redes sociales y las celebridades en la promoción de tendencias de moda, lo que ha creado una mayor conciencia sobre la importancia de estar a la moda y seguir las últimas tendencias.
- La comodidad y accesibilidad que ofrecen las tiendas de fast fashion, con una gran variedad de productos disponibles en un solo lugar y a precios asequibles.

-La llegada de Zara a México ocurrió en 1992, cuando la marca española abrió su primera tienda en el país. Desde entonces, Zara ha expandido su presencia en México, abriendo más tiendas en diversas ciudades y consolidándose como una de las marcas de moda más populares en el país.

-H&M llegó a México en el año 2012, abriendo su primera tienda en el centro comercial Perisur en la Ciudad de México. Desde entonces, la marca ha expandido su presencia en el país con más tiendas en diferentes ciudades.

- Pull and Bear llegó a México en 2003, abriendo su primera tienda en el país. Desde entonces, la marca ha seguido expandiéndose y actualmente cuenta con varias tiendas en diversas ciudades de México.

Desde la década de los 90, México se convirtió en un mercado muy lucrativo para las marcas de moda rápida. Es el líder en compra de productos de Inditex (Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho) en el complejo de vestimenta y calzado español. Durante el periodo de 2006 a 2018, se edificaron 108 centros comerciales en la Ciudad de México, los cuales albergan numerosas tiendas de moda rápida.

En las últimas décadas, el fast fashion ha seguido evolucionando en México, con la aparición de nuevas marcas y modelos de negocio que buscan satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores. La creciente importancia del comercio electrónico y las redes sociales ha dado lugar a un nuevo ecosistema de moda en línea, donde las marcas locales y globales compiten por la atención y el gasto de los consumidores en un mercado cada vez más saturado y competitivo.

En conclusión, el fast fashion ha experimentado un crecimiento significativo en México en los últimos años, con marcas internacionales y locales que han sabido adaptarse a las exigencias del mercado y ofrecer productos de moda atractivos y accesibles para un público cada vez más exigente y conocedor de las tendencias.

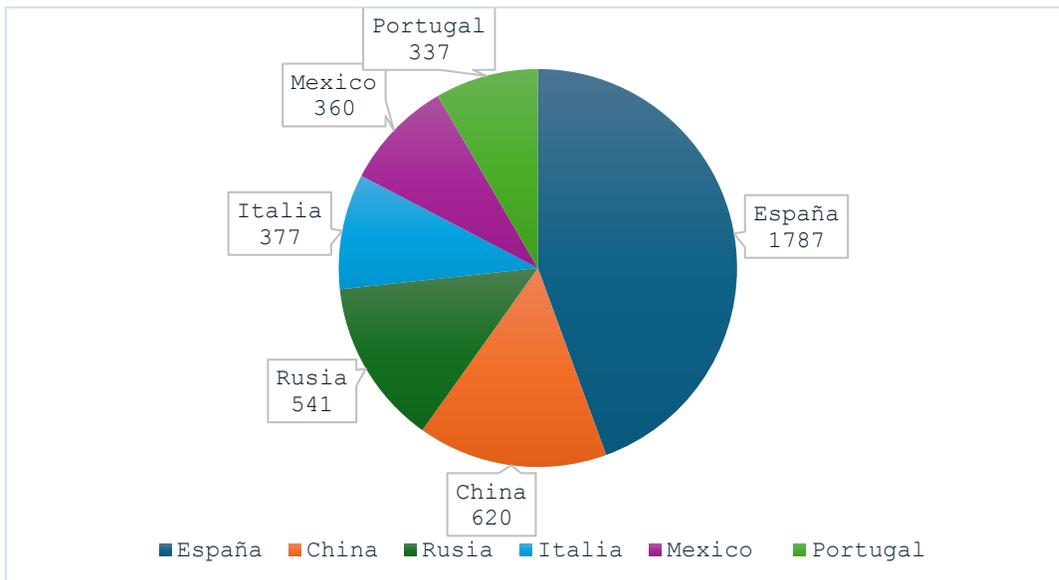
2.3 INDITEX, EL GRUPO MÁS GRANDE EN PRODUCCIÓN DE FAST FASHION

Inditex es un grupo empresarial de origen español dedicado al diseño, fabricación y distribución textil. Fundado en 1985, su principal actividad es la venta de ropa, calzado y complementos a través de sus distintas marcas como Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Uterque y Zara Home, entre otras. Inditex es considerado uno de los mayores grupos de distribución de moda a nivel mundial.

Según Inditex, Zara fue fundada en 1975 en España. La empresa se enfoca en la estética, la practicidad y la sostenibilidad, proporcionando a sus clientes las últimas tendencias de moda de forma rápida e innovadora para satisfacer sus necesidades. Esta empresa multinacional -Inditex- opera en más de 90 países, contando con alrededor de 7000 tiendas en todo el mundo.

Grafica 4

Países con mayor cantidad de establecimientos



Fuente: Statista. (2023). Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México en 2023. Statista.

Massimo Dutti, la filial más antigua de Inditex después de Zara, fue establecida en 1985 y adquirida por Inditex en 1991. Actualmente, la marca ofrece ropa para hombres, mujeres y niños, con colecciones sofisticadas como su enfoque principal. Hasta abril de 2018, la empresa tiene presencia en 77 mercados físicos y 37 en línea en todo el mundo. Además, Massimo Dutti ha sido un pionero en Responsabilidad Social Empresarial a través del proyecto "for&from", que ha beneficiado a alrededor de 150 personas y cuenta con tres puntos físicos en España.

Pull&Bear es un grupo juvenil que ha sido elogiado por Inditex por satisfacer las necesidades del mercado más joven desde 1991, adaptándose a los avances tecnológicos, los cambios en los medios de comunicación, las ideologías y las expresiones artísticas y culturales. Su propuesta se caracteriza por ser fresca, sencilla y adaptable. Hasta el año 2018, tienen presencia en 77 mercados físicos y 33 en línea. En cuanto a sostenibilidad, su sede es reconocida por su eficiencia energética y por reducir impactos ambientales negativos.

También está Bershka, que según Inditex fue establecida hace dos décadas, tiene como objetivo captar el interés de los jóvenes consumidores al satisfacer sus necesidades. Ofrece una variedad de prendas, desde básicos hasta ropa casual, así como accesorios y calzado. Hasta abril de 2018, la marca tiene presencia en 79 tiendas físicas y 35 tiendas en línea.

Stradivarius, perteneciente a Inditex desde 1999, se posiciona en un mercado similar con un enfoque en el streetstyle. Su imagen fresca y variable le ha permitido crecer rápidamente. Siguiendo la línea sostenible de su empresa matriz, ha construido un edificio ecoeficiente utilizando materiales reciclados y logrando ahorros significativos en electricidad y agua. Se encuentra en camino a obtener la certificación LEED Oro gracias a su compromiso con la sostenibilidad.

Oysho se ha consolidado como una marca que se enfoca en la lencería, la ropa de dormir, de entrenamiento y de playa. Según Inditex, la compañía tiene presencia en 65 mercados físicos y 33 en línea hasta abril de 2018. Además, dos de sus tiendas en Barcelona han obtenido la certificación LEED Oro.

Además de las empresas mencionadas anteriormente, Zara Home, con un enfoque distinto, es otra compañía que pertenece a Inditex. Según la empresa, fue establecida en 2003 y su objetivo es llevar las últimas tendencias directamente a los hogares de los consumidores a través de colecciones innovadoras que están estrechamente relacionadas con la moda de las pasarelas. Ofrecen una amplia gama de productos, desde toallas y ropa de cama hasta muebles y accesorios para el baño, entre otros. En la actualidad, Zara Home opera en 75 mercados físicos y 37 en línea.

Por último, Uterqüe, la octava marca de Inditex que fue creada en 2008, se especializa en la venta de accesorios y prendas de vestir complementarias. Reconocida por su elegante imagen, esta marca se destaca por su atención al detalle y la alta calidad de sus colecciones. Actualmente, tiene presencia en 41 tiendas físicas y 30 plataformas online.

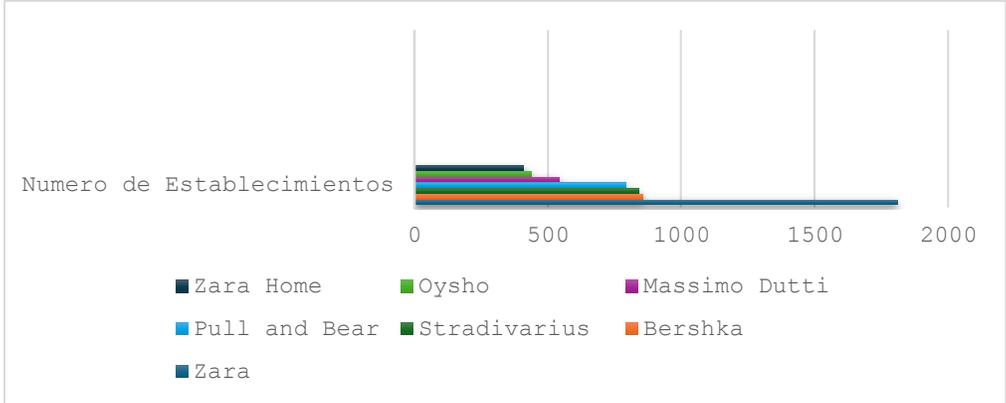
En relación al creador de Inditex, hay mucho que decir, ya que según Dolan y Kroll, es uno de los hombres más adinerados del mundo. Según el informe de Forbes publicado en marzo de 2018, Amancio Ortega tiene una fortuna cercana a los 70 billones de dólares, convirtiéndose en uno de los hombres más ricos de Europa, ya que recibe alrededor de 400 millones de dólares en dividendos cada año.

2.3.1 PRESENCIA DE INDITEX A NIVEL GLOBAL

La presencia global de Inditex se ha construido sobre la base de una estrategia comercial audaz y una capacidad única para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado. Uno de los pilares de su éxito radica en su modelo de negocio integrado verticalmente, que abarca desde el diseño y la fabricación hasta la

distribución y la venta al por menor. Esta integración vertical le ha permitido a Inditex mantener un control total sobre su cadena de suministro, garantizando una rápida respuesta a las tendencias de la moda y una alta rotación de productos en sus tiendas.

Grafica 5
Tiendas por marca a nivel mundial.



Fuente: Statista. (2023). Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México en 2023. Statista.

Otro factor clave en la expansión global de Inditex ha sido su enfoque en la innovación y la tecnología. La empresa ha invertido considerablemente en sistemas de información y logística avanzados, lo que le ha permitido optimizar sus operaciones y gestionar eficientemente su extensa red de tiendas en todo el mundo. Además, Inditex ha sido pionero en el uso de la tecnología RFID (Identificación por Radiofrecuencia) en la gestión de inventario, lo que le ha permitido mejorar la precisión y la eficiencia en la reposición de productos y en la atención al cliente.

Clemente y Delgado opinan que la presencia global del grupo Inditex es impresionante y que ha logrado posicionarse como una de las empresas líderes en el sector de la moda a nivel mundial. Destacan su habilidad para adaptarse a las tendencias del mercado y su estrategia de expansión en diferentes países, lo que les ha permitido alcanzar un gran éxito. Además, resaltan la calidad de sus

productos, la innovación en sus diseños y su capacidad para mantenerse a la vanguardia en un mercado tan competitivo.

La estrategia de expansión internacional de Inditex se ha centrado en la apertura de nuevas tiendas en ubicaciones estratégicas en todo el mundo, así como en el desarrollo de una sólida presencia en línea a través de su plataforma de comercio electrónico.

La empresa ha sido ágil en su capacidad para adaptarse a las preferencias y necesidades locales de los consumidores en diferentes mercados, ofreciendo una amplia gama de productos y colecciones diseñadas para satisfacer una variedad de estilos y presupuestos.

Este grupo empresarial ha experimentado un crecimiento notable en su presencia internacional desde que incursionaron en este mercado a finales de los años 80. En la actualidad, cuentan con más de 7200 tiendas distribuidas por todo el mundo, destacando especialmente Zara y Bershka, aunque también tienen presencia con las otras seis marcas.

Además de su éxito comercial, Inditex ha sido reconocido por su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. La empresa ha implementado iniciativas para reducir su impacto ambiental, como el uso de materiales sostenibles y la optimización de la eficiencia energética en sus operaciones. Además, Inditex ha establecido programas para promover condiciones laborales justas y seguras en toda su cadena de suministro, trabajando en colaboración con organizaciones internacionales y ONGs para mejorar las condiciones de trabajo en la industria textil.

3.3.2 INDITEX Y LA SOSTENIBILIDAD

El grupo INDITEX al ser constantemente criticado por su su modelo de negocio rápido, la presión que ejerce sobre sus proveedores para mantener costos bajos, pero sobre todo por su impacto en el medio ambiente ha tomado medidas para

abordar su impacto ambiental y social, adoptando un enfoque más sostenible en varios aspectos de su cadena de suministro y operaciones.

La sostenibilidad es un tema clave en la actualidad, ya que como hemos visto anteriormente, la industria de la moda es una de las más contaminantes del planeta. Inditex ha tomado medidas para reducir su impacto ambiental, como la implementación de materiales sostenibles en sus productos, la reducción de emisiones de carbono en su cadena de suministro y la implementación de políticas de reciclaje en sus tiendas. Además, la empresa ha sido pionera en la implementación de tecnologías innovadoras para reducir el uso de recursos naturales, como el uso de sistemas de gestión de agua en sus fábricas.

Uno de los aspectos más destacados del compromiso de Inditex con la sostenibilidad es su enfoque en la cadena de suministro. La empresa se ha comprometido a garantizar condiciones laborales justas y seguras en todas las etapas de producción, desde la cosecha de materias primas hasta la fabricación de prendas. Inditex trabaja en colaboración con proveedores y fabricantes para garantizar el cumplimiento de los estándares laborales internacionales y promover el bienestar de los trabajadores en toda su red de producción.

Además, Inditex está comprometido con la sostenibilidad ambiental en todas las etapas de su cadena de valor. La empresa ha implementado iniciativas para reducir su impacto ambiental, como el uso de materiales sostenibles en sus productos, la optimización de la eficiencia energética en sus instalaciones y la reducción de residuos y emisiones contaminantes. Inditex también está invirtiendo en tecnologías y procesos innovadores para mejorar la sostenibilidad de su cadena de suministro, como la implementación de prácticas agrícolas sostenibles en la producción de algodón y la adopción de tecnologías de reciclaje de prendas.

Además de sus esfuerzos internos, Inditex está colaborando con socios externos para abordar los desafíos ambientales y sociales de la industria de la moda. La

empresa participa en iniciativas de la industria y trabaja en colaboración con organizaciones internacionales y ONGs para promover prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro. Inditex también está comprometido con la transparencia y la rendición de cuentas, publicando regularmente informes de sostenibilidad que detallan su progreso y desafíos en materia ambiental y social.

En cuanto a la responsabilidad social corporativa, Inditex ha implementado programas para garantizar condiciones laborales justas en sus fábricas, como el respeto a los derechos de los trabajadores y la promoción de la igualdad de género. La empresa también ha sido transparente en la comunicación de sus prácticas empresariales, publicando informes anuales sobre sus acciones en sostenibilidad y responsabilidad social.

Este grupo ha demostrado un compromiso sólido con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. A través de sus acciones, la empresa ha demostrado que es posible ser rentable y tener un impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad. Sin duda, Inditex es un ejemplo a seguir para otras empresas en el sector de la moda que buscan ser sostenibles y responsables en sus prácticas empresariales.

Inditex entiende la importancia de ser más eficientes en el uso de los recursos para avanzar hacia un modelo de negocio sostenible. La Compañía ha implementado tres estrategias en materia medioambiental (Energía, Agua y Biodiversidad) para alcanzar la excelencia ambiental. Esta eficiencia en el uso de los recursos también se aplica a las instalaciones del Grupo, incluyendo sedes, tiendas y centros logísticos. La circularidad es fundamental para lograr la des carbonización de la cadena de valor, lo que puede mejorar la calidad del aire, promover un uso más responsable del agua y proteger la biodiversidad.

Inditex se compromete a proteger y desarrollar la biodiversidad a través de una gestión responsable de los recursos naturales, basada en principios éticos y

medioambientales. Este compromiso se refleja en la Estrategia de Biodiversidad del Grupo, inspirada en la Convención para la Diversidad Biológica de Naciones Unidas, y busca proteger la biodiversidad en todas las áreas de su actividad empresarial.

Este grupo ha demostrado un compromiso sólido con la sostenibilidad ambiental a través de su Estrategia de Biodiversidad. Esta iniciativa busca proteger y preservar la biodiversidad en todas las etapas de la cadena de valor de la empresa, desde la producción de materias primas hasta la distribución de productos terminados. Al abordar los desafíos ambientales relacionados con la pérdida de biodiversidad, Inditex está demostrando su liderazgo en la industria y su compromiso con un futuro más sostenible.

2.4 IMPACTOS AMBIENTALES DOCUMENTADOS A NIVEL GLOBAL

Como hemos visto a lo largo de este documento, el fast fashion ha revolucionado la industria de la moda en las últimas décadas, ofreciendo a los consumidores una amplia variedad de prendas a precios accesibles y siguiendo las últimas tendencias. Sin embargo, detrás de la apariencia de novedad y accesibilidad, el fast fashion ha dejado un rastro de impactos ambientales documentados a nivel global que plantean serios desafíos para la sostenibilidad y el bienestar del planeta.

Uno de los impactos ambientales más documentados del fast fashion es la sobreexplotación de recursos naturales. La producción masiva de prendas de vestir requiere grandes cantidades de agua, energía y materias primas, lo que contribuye a la degradación de ecosistemas y la escasez de recursos en todo el mundo. En particular, la producción de algodón, uno de los materiales más utilizados en la industria textil, está asociada con el uso intensivo de agua y productos químicos, así como con la deforestación y la pérdida de biodiversidad en las regiones de cultivo.

Además, el rápido ciclo de producción y consumo del fast fashion ha contribuido a un aumento en la generación de residuos textiles y la contaminación del medio

ambiente. Las prendas de moda de baja calidad y corta vida útil se descartan rápidamente, terminando en vertederos o incineradoras y contribuyendo a la acumulación de desechos sólidos y la contaminación del aire, el suelo y el agua. Además, la producción y el transporte de prendas de moda a través de la cadena de suministro global generan emisiones de gases de efecto invernadero y contribuyen al cambio climático y la degradación ambiental.

Otro impacto ambiental documentado del fast fashion es la contaminación química asociada con la producción de prendas de vestir y textiles. Los productos químicos tóxicos utilizados en los procesos de teñido, acabado y tratamiento de textiles pueden contaminar el agua y el suelo, afectando la salud de los trabajadores, las comunidades locales y los ecosistemas circundantes. Además, la liberación de microplásticos durante el lavado de prendas de moda sintéticas también está contribuyendo a la contaminación de los océanos y la cadena alimentaria marina.

Se ha podido identificar cuáles son los países mayormente afectados a través de los años por culpa del consumo del fast fashion y son los siguientes:

Bangladesh: Este país es uno de los principales productores de ropa rápida a nivel mundial, con una gran cantidad de fábricas que producen prendas a bajo costo. Sin embargo, los trabajadores de estas fábricas suelen estar expuestos a condiciones laborales precarias y salarios muy bajos.

China: China es otro de los mayores productores de moda rápida del mundo, con una gran cantidad de fábricas que producen prendas a bajo costo. Esto ha llevado a problemas como la contaminación del agua y del aire, así como a condiciones laborales injustas para los trabajadores.

India: India es también un importante productor de moda rápida, con una gran cantidad de fábricas que producen prendas a bajo costo. Sin embargo, los trabajadores de estas fábricas suelen enfrentarse a condiciones laborales peligrosas y salarios muy bajos.

Vietnam: Vietnam es otro país que ha experimentado un crecimiento significativo en la producción de moda rápida en los últimos años. Sin embargo, la industria textil en el país ha sido criticada por su impacto ambiental y por las condiciones laborales precarias de los trabajadores.

Tabla 2

Países más afectados a nivel mundial por el fast fashion

Bangladesh	China	India	Vietnam
Según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en 2019, el sector textil empleaba a alrededor de 4,5 millones de personas	Se estima que China es responsable de alrededor del 20% de la contaminación del agua mundial debido a la descarga de productos químicos tóxicos utilizados en la producción textil.	Las condiciones laborales en muchas fábricas textiles indias han sido objeto de críticas, con informes de salarios bajos, largas horas de trabajo y falta de seguridad laboral.	Ha generado preocupaciones sobre las condiciones laborales y el impacto ambiental de la industria textil en el país.

Fuente: Rodríguez, I. (2020). **Moda rápida: La industria que desviste al planeta. ¿Cómo ves?**

Como podemos observar, Asia es el continente que más contaminación ocasiona, esto se puede corroborar en el informe publicado por Greenpeace en 2021, donde nos explica que esto se debe a la concentración de fábricas de ropa en países como China, Bangladesh y Vietnam, donde se produce la mayor parte de la ropa para marcas internacionales a un ritmo acelerado y utilizando prácticas poco sostenibles que generan grandes cantidades de residuos y contaminación.

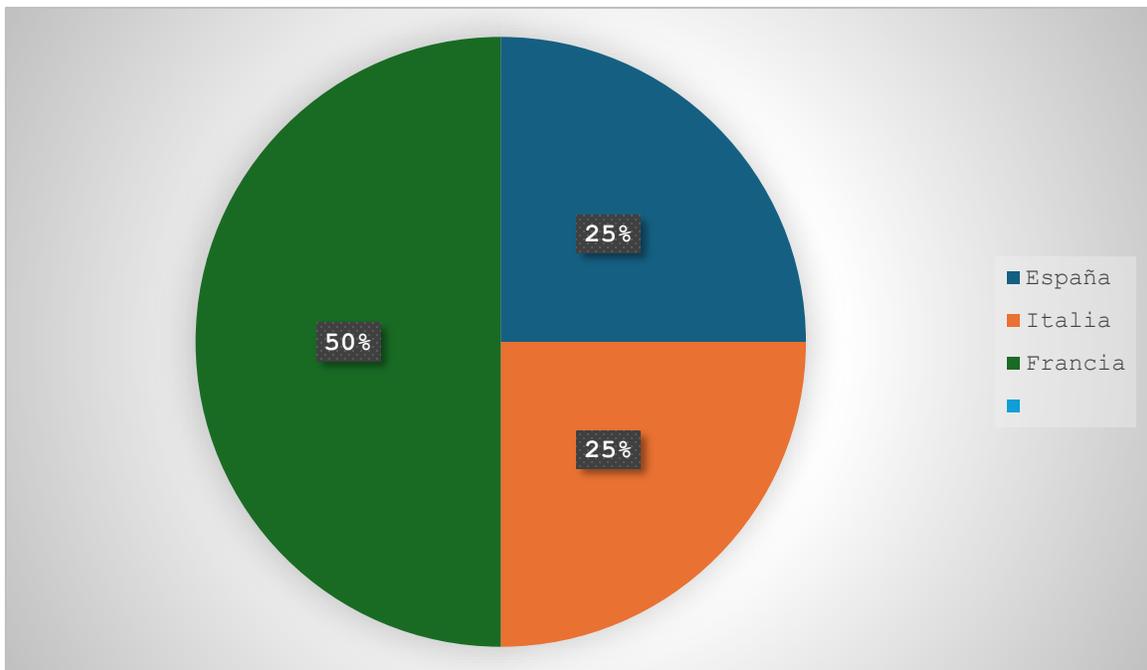
Debido al incremento de la cantidad de fábricas en estos países, los efectos negativos también han aumentado en proporción. La población de estas naciones se enfrenta a problemas como la contaminación del agua, del aire y la explotación de los recursos naturales.

Según datos oficiales del Ministerio de Protección Ambiental, en 2015 la industria textil de China fue la tercera fuente de aguas residuales, descargando aproximadamente 1,840 billones de toneladas de aguas residuales al medio ambiente.

Una gran cantidad de la ropa desechada por los países más desarrollados acaba en enormes vertederos de países menos desarrollados, como Ghana, Kenia, Uganda, Tanzania y Togo en África, así como en India, Pakistán, Chile y Emiratos Árabes Unidos en otros continentes. Según la Asociación Ibérica de Reciclaje Textil, Emiratos Árabes Unidos es el país que más ropa recibe de España.

Grafica 6

Países Europeos mas afectados por fast fashion



Fuente: Diario de Sevilla. (2023). Fast fashion: qué es, cómo afecta al medio ambiente y las medidas que plantea la UE. Diario de Sevilla.

Estos países tienen una alta tasa de consumo de ropa nueva y una gran cantidad de tiendas de moda rápida, lo que ha generado un efecto significativo en sus respectivas industrias de la moda.

Reino Unido: Con una importante industria de la moda, el Reino Unido es uno de los principales mercados para las marcas de fast fashion. Tiene una alta tasa de consumo de ropa nueva y una gran cantidad de tiendas de moda rápida.

España: Con una fuerte presencia de marcas de fast fashion como Zara, Mango y Pull&Bear, España es otro país europeo muy afectado por esta industria. El consumo de moda rápida es alto y muchas marcas tienen su sede en el país.

Alemania: Con una economía fuerte y una cultura de consumo de moda, Alemania es otro país europeo afectado por el fast fashion. Muchas tiendas de moda rápida tienen presencia en el país y los consumidores alemanes compran frecuentemente ropa nueva.

Francia: Con París como una de las capitales de la moda del mundo, Francia también es un país europeo afectado por el fast fashion. El consumo de ropa nueva es alto y muchas marcas de moda rápida tienen tiendas en el país.

Italia: Con una industria de la moda reconocida a nivel internacional, Italia también es un país europeo afectado por el fast fashion.

El impacto ambiental global de la producción de fast fashion es significativo y abarca una serie de áreas que afectan al medio ambiente a nivel mundial.

Estos impactos incluyen:

1. Uso intensivo de recursos naturales: La producción de prendas de fast fashion requiere una gran cantidad de recursos naturales, como agua, energía y materias primas. Por ejemplo, el cultivo de algodón convencional, que es uno de los materiales más utilizados en la industria textil, consume grandes cantidades de agua y productos químicos agrícolas.

Además, la fabricación de prendas de vestir a menudo implica procesos químicos intensivos y contaminantes, que contribuyen a la contaminación del aire, el suelo y el agua. Los tintes y productos químicos utilizados en el proceso de teñido pueden liberar toxinas peligrosas que afectan tanto al medio ambiente como a la salud humana. El uso de recursos naturales también plantea preocupaciones en términos de equidad y justicia social. En muchas regiones del mundo, la extracción de materias primas para la industria de la moda se realiza a expensas de las comunidades locales, que a menudo sufren desplazamiento, explotación laboral y violaciones de sus derechos humanos.

Para abordar estos desafíos, es fundamental adoptar el enfoque sostenible mencionado en este trabajo, hacia la moda. Esto incluye la adopción de prácticas de producción más responsables, como la reducción del desperdicio, el uso de materiales reciclados y la implementación de tecnologías más eficientes en el uso de recursos. Asimismo, es necesario fomentar una mayor transparencia en toda la cadena de suministro y promover la equidad y el respeto por los derechos humanos en todas las etapas de producción

2. Contaminación del agua y del suelo: La industria textil es una de las principales fuentes de contaminación del agua y del suelo a nivel mundial. Los procesos de teñido y acabado de telas utilizan una variedad de productos químicos tóxicos que pueden contaminar los cuerpos de agua cercanos y afectar la calidad del suelo. Además del agua utilizada en el proceso de fabricación, la industria de la moda también es una fuente importante de contaminación del suelo.

Los desechos sólidos de la producción, como recortes de tela y productos químicos residuales, a menudo se descartan incorrectamente en vertederos o se depositan en el suelo, lo que puede contaminar el suelo y afectar la calidad del mismo. Es fundamental que la industria de la moda tome medidas significativas para enfrentar esta situación. Esto implica la necesidad de que adopte métodos de producción que sean amigables con el medio ambiente y sostenibles. Esto puede

lograrse mediante la introducción de tecnologías de fabricación más avanzadas y menos contaminantes, la utilización de tintes y químicos que no representen riesgos para la salud, así como la implementación de estrategias de gestión de residuos más efectivas y responsables.

La contaminación del agua y del suelo por la industria de la moda tiene consecuencias devastadoras para el medio ambiente y la salud humana. La contaminación del agua puede afectar la calidad del agua potable y dañar los ecosistemas acuáticos, mientras que la contaminación del suelo puede reducir la fertilidad del suelo y afectar la seguridad alimentaria.

3. Emisiones de gases de efecto invernadero: La producción y el transporte de prendas de fast fashion generan grandes cantidades de emisiones de gases de efecto invernadero, principalmente debido al consumo de energía en los procesos de fabricación y al transporte de materias primas y productos terminados a lo largo de la cadena de suministro global.

Además de la producción, el transporte de prendas de vestir a lo largo de la cadena de suministro también contribuye a las emisiones de GEI. Las materias primas y los productos terminados suelen viajar largas distancias, a menudo en avión o barco, lo que genera emisiones significativas de carbono.

El consumo también juega un papel importante en las emisiones de GEI de la industria de la moda. La tendencia hacia la moda rápida ha llevado a un aumento en la producción y el consumo de prendas de vestir, lo que a su vez ha aumentado las emisiones de GEI asociadas con la fabricación y el transporte de estas prendas. Además, el rápido ciclo de vida de muchas prendas de vestir significa que se descartan rápidamente, lo que genera aún más residuos y emisiones.

Las emisiones de GEI derivadas de la industria de la moda tienen consecuencias significativas para el cambio climático. El aumento de las temperaturas, los cambios

en los patrones de precipitación y el aumento del nivel del mar son solo algunas de las consecuencias del cambio climático que afectan a comunidades de todo el mundo.

Las emisiones de GEI derivadas de la industria de la moda son un aspecto importante pero a menudo pasado por alto de su impacto ambiental. Con un enfoque renovado en la sostenibilidad y la reducción de las emisiones de carbono, podemos trabajar hacia un futuro donde la moda sea tanto hermosa como respetuosa con el medio ambiente.

4. Generación de residuos textiles: El modelo de negocio del fast fashion se basa en la producción masiva de prendas de vestir de baja calidad que tienen una vida útil corta. Esto lleva a una rápida acumulación de residuos textiles, ya sea en forma de productos no vendidos que son descartados por las marcas o de prendas que son desechadas por los consumidores después de poco uso.

5. Impacto en la biodiversidad: La producción de materiales textiles puede tener un impacto negativo en la biodiversidad, especialmente en áreas donde se cultivan materias primas como el algodón. La deforestación y la pérdida de hábitats naturales para dar paso a la agricultura de cultivos textiles pueden tener consecuencias devastadoras para la fauna y flora locales.

Podemos analizar que la producción de fast fashion tiene un impacto ambiental global significativo que abarca desde el uso intensivo de recursos naturales hasta la contaminación del agua y del suelo, las emisiones de gases de efecto invernadero, la generación de residuos textiles y el impacto en la biodiversidad. Estos impactos contribuyen a la crisis ambiental a nivel mundial y subrayan la necesidad de adoptar prácticas más sostenibles y éticas en la industria de la moda.

El fast fashion ha tenido un impacto ambiental significativo a nivel global, contribuyendo a la sobreexplotación de recursos naturales, la generación de residuos y la contaminación del medio ambiente. Sin embargo, también ha

catalizado un movimiento hacia una moda más sostenible y ética, que busca abordar los desafíos ambientales y sociales asociados con la industria de la moda y promover un futuro más equitativo y sostenible para el planeta y sus habitantes.

Como consumidores y ciudadanos globales, es importante ser conscientes de nuestro papel en este sistema y buscar alternativas más sostenibles y éticas para producir y consumir moda en el futuro.

2.4 IMPACTO AMBIENTAL EN MÉXICO POR LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE FAST FASHION

2.5.1 CONTAMINACION DEL AGUA

La producción masiva de prendas de vestir en esta industria requiere grandes cantidades de agua, tanto para el cultivo de materias primas como el algodón, como para los procesos de teñido y acabado de textiles. En México, un país con una rica tradición en la producción de algodón y textiles, esto ha llevado a una intensificación de la extracción de agua de fuentes naturales, como ríos y acuíferos, para satisfacer la demanda de la industria textil.

Según Naciones Unidas, la fabricación de unos jeans consume 7,500 litros de agua, lo que equivale al consumo de una persona promedio en siete años. ¿Se pueden encontrar opciones que reduzcan este impacto ambiental tan elevado?

El aumento en la extracción de agua ha llevado a la sobreexplotación de recursos hídricos en algunas regiones de México, exacerbando la escasez de agua y afectando negativamente a los ecosistemas acuáticos y a las comunidades que dependen de ellos. Además, los productos químicos utilizados en los procesos de teñido y acabado de textiles pueden contaminar el agua con sustancias tóxicas y nocivas, como metales pesados y compuestos orgánicos, que representan una grave amenaza para la salud humana y el medio ambiente.

La contaminación del agua por el fast fashion también tiene consecuencias a largo plazo para la seguridad alimentaria y la biodiversidad en México. La contaminación de ríos y cuerpos de agua puede afectar la calidad del agua utilizada para el riego de cultivos y la cría de ganado, lo que a su vez puede contaminar los alimentos y poner en peligro la salud de las personas que los consumen. Además, la contaminación del agua puede afectar la biodiversidad acuática, dañando los ecosistemas fluviales y marinos y amenazando la supervivencia de especies de flora y fauna nativas.

Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, la industria de la moda es la segunda más contaminante a nivel global. Anualmente consume alrededor de 93 billones de litros de agua, suficientes para abastecer a cinco millones de personas, lo que representa el 20% del consumo total de agua en el planeta. Además, es responsable del 8-10% de las emisiones de carbono a nivel mundial, equivalente a las emisiones de la Unión Europea y superando las generadas por los vuelos internacionales y el transporte marítimo juntos. Además, el lavado de productos textiles resulta en aproximadamente 500 mil toneladas de micro plásticos que terminan en los océanos cada año.

La industria de la moda tiene un impacto significativo en todas las etapas del proceso, desde la adquisición de materias primas hasta la eliminación de las prendas. El agua desperdiciada en la fabricación de ropa, conocida como agua virtual, es un problema grave. Por ejemplo, la producción de pantalones vaqueros requiere unos 7500 litros de agua, mientras que un tenis necesitan aproximadamente 4400 litros. En total, la industria de la moda es responsable del 20% del uso total de agua a nivel mundial y del 8% de las emisiones de gases de efecto invernadero. Además, los químicos y colorantes utilizados en la fabricación de prendas contaminan los océanos una vez que las prendas se desechan. Según la Universidad de California, cada lavado de ropa libera 1.7 gramos de microfibras textiles, conocidas como micro plásticos, en los cuerpos de agua.

El impacto ambiental y la utilización de recursos de la industria nacional de la moda y la confección se atribuyen al sistema de producción lineal (extraer-usar-tirar). Un claro ejemplo es la contaminación del río Atoyac, provocada por esta industria, que afecta a más de 2 millones de habitantes en Puebla, según el CEMDA.

El consumismo en México es innegable, siendo el país que más adquiere productos de Inditex, el gigante español de moda y calzado que incluye marcas como Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe.

En distintas partes del mundo, los desechos líquidos de las fábricas textiles son vertidos en los ríos sin consideración alguna. Por ejemplo, en Indonesia, alrededor de 200 fábricas arrojan sus aguas residuales al río Citarum, el cual es considerado el más contaminado del mundo. En México también se ha denunciado la contaminación de los ríos San Juan en Querétaro y San Pedro en Aguascalientes por parte de empresas textiles. Mientras que en países desarrollados esta práctica es considerada un delito, en países en desarrollo parece ser pasada por alto.

La contaminación del agua también afecta a los océanos, ya que cada año llegan alrededor de medio millón de toneladas de microfibras, lo cual equivale a más de 50 000 millones de botellas de plástico. Estas microfibras son difíciles de limpiar y es muy probable que terminen en la cadena alimenticia al ser ingeridas por los peces, los cuales luego son consumidos por los seres humanos.

Según datos de la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA 2017), la industria textil es una de las principales fuentes de contaminación del agua en México, con un impacto significativo en la calidad del agua y en la biodiversidad de los ecosistemas acuáticos.

Se estima que cada año se vierten alrededor de 1.5 millones de toneladas de sustancias tóxicas al agua debido a la producción de ropa de moda rápida en el país.

Además, el uso de químicos peligrosos en los procesos de fabricación textil, como los colorantes, los tratamientos químicos, y los productos químicos utilizados para el acabado de las prendas, también contribuye a la contaminación del agua en México. Estos químicos pueden tener efectos negativos en la salud de las personas que consumen agua contaminada, causando problemas como cáncer, enfermedades respiratorias y daños en los sistemas nervioso y reproductivo.

Según un informe del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), los productos químicos utilizados en los procesos de teñido y acabado de textiles pueden incluir compuestos orgánicos volátiles (COV), metales pesados y sustancias tóxicas como los ftalatos y los compuestos perfluorados, que pueden ser perjudiciales para la salud humana y el medio ambiente.

Para abordar este desafío ambiental urgente, es necesario tomar medidas significativas para reducir la contaminación del agua por el fast fashion en México. Esto incluye la adopción de prácticas de producción más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente en la industria textil, como el uso de tecnologías de teñido y acabado de textiles más limpias y eficientes, así como la reducción del uso de productos químicos nocivos. Además, se necesitan regulaciones más estrictas y sistemas de monitoreo para garantizar el cumplimiento de los estándares ambientales y la protección de los recursos hídricos en todo el país

Es fundamental que se tomen medidas para reducir la contaminación del agua causada por el consumo de fast fashion en México, como la implementación de políticas ambientales más estrictas, el fomento de prácticas sostenibles en la industria textil y el fomento del consumo responsable de moda. Solo así podremos proteger nuestro medio ambiente y garantizar un futuro sostenible para las próximas generaciones. Además de las medidas a nivel industrial, los consumidores también tienen un papel importante que desempeñar en la reducción de la contaminación del agua por el fast fashion. Al optar por marcas y productos que priorizan la

sostenibilidad y la transparencia en sus prácticas de producción, los consumidores pueden enviar un mensaje claro a la industria de la moda de que exigen un cambio hacia un modelo más responsable y respetuoso con el medio ambiente.

La importancia de la "Moda circular" se hace evidente con la participación de compañías líderes en la industria, que se han unido al proyecto "The Jeans Redesign" de la Fundación Ellen MacArthur en julio de 2019. Esta organización sin fines de lucro con sede en Inglaterra promueve la economía circular a nivel mundial. Este proyecto es un ejemplo de cómo marcas reconocidas a nivel mundial son incentivadas a realizar cambios en el diseño, materiales y proceso de producción de sus prendas antes de llegar a los consumidores.

2.5.2 CONTAMINACION DEL AIRE

En el año 2023, México continuaba enfrentando desafíos significativos en términos de contaminación del aire, y el sector del fast fashion contribuía de manera notable a esta problemática. La rápida expansión de la industria de la moda en el país, impulsada por el aumento en la producción y consumo de prendas de vestir a precios accesibles, había generado una serie de impactos ambientales, entre ellos la contaminación del aire. Este problema se derivó principalmente de dos fuentes principales: las emisiones generadas por los procesos industriales de fabricación de prendas de vestir y los gases de efecto invernadero liberados durante la producción, transporte y distribución de productos textiles.

En primer lugar, los procesos industriales en las fábricas de confección involucrados en la producción de prendas de fast fashion liberaban una variedad de contaminantes al aire, incluidos los compuestos orgánicos volátiles (COV) y los óxidos de nitrógeno (NOx), provenientes de los procesos de teñido, acabado y tratamiento de textiles. Estos contaminantes podían contribuir a la formación de smog y la contaminación atmosférica, afectando la calidad del aire en las zonas urbanas y poniendo en riesgo la salud de la población.

Además, las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas con la producción y distribución de productos textiles también contribuían significativamente a la contaminación del aire en México. El transporte de materias primas y productos acabados a través de largas distancias, tanto a nivel nacional como internacional, generaba emisiones de dióxido de carbono (CO₂) y otros gases de efecto invernadero, contribuyendo al calentamiento global y el cambio climático.

En este año, se tuvo mayores impactos significativos en la salud pública y el medio ambiente. La exposición a altos niveles de contaminantes atmosféricos podía aumentar el riesgo de enfermedades respiratorias y cardiovasculares, especialmente en niños, ancianos y personas con problemas de salud preexistentes. Además, la contaminación del aire también afectaba la calidad de los ecosistemas terrestres y acuáticos, amenazando la biodiversidad y el equilibrio de los ecosistemas naturales.

La contaminación del aire en México causada por la industria de la moda rápida, es un problema creciente que está afectando la calidad del aire en muchas ciudades del país. La producción de ropa rápida implica el uso intensivo de productos químicos, agua y energía, lo que a menudo resulta en emisiones contaminantes que contribuyen a la contaminación del aire.

La industria de la moda rápida también produce grandes cantidades de residuos textiles, que a menudo se queman en lugar de ser reciclados o reutilizados, lo que contribuye aún más a la contaminación del aire. Además, la logística de transporte utilizada para llevar la ropa rápida a los consumidores también implica emisiones contaminantes que afectan la calidad del aire.

En México, la industria textil y de la moda es una de las más contaminantes en términos de emisiones de CO₂. Según un informe del Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC), en 2018 se estimó que la industria textil y de la confección fue responsable del 10% de las emisiones totales de CO₂ en el país.

Las secuelas de esta producción acelerada se pueden observar en grandes cantidades de agua malgastada, en químicos perjudiciales para la salud, en emisiones de CO₂ y en prendas prácticamente desechables que terminan en la basura. Por lo tanto, al comprar ropa la próxima vez, es conveniente pensar en dónde se fabricó, qué materiales se utilizaron, en qué medida necesitas esa prenda y si podrías seguir usándola incluso cuando pase de moda. Es fundamental realizar compras de manera consciente y no solo por un impulso momentáneo.

Las emisiones de carbono asociadas al fast fashion en México provienen principalmente de la producción de prendas en fábricas, el transporte de las mismas desde los países de origen hasta México, el uso de energía en tiendas y almacenes, así como la generación de residuos textiles al desechar la ropa. Además, la rápida rotación de las colecciones en las tiendas de fast fashion fomenta un ciclo de consumo acelerado que contribuye a un aumento en las emisiones de carbono.

Para reducir las emisiones de carbono asociadas al fast fashion en México, es importante fomentar prácticas de producción más sostenibles, como el uso de materiales eco amigables, la reducción de residuos textiles y la implementación de políticas de reciclaje. Asimismo, es fundamental promover un consumo más consciente y responsable por parte de los consumidores, optando por prendas de calidad, duraderas y producidas de manera ética y sostenible.

Y para abordar este problema, es importante que las empresas de moda rápida adopten prácticas más sostenibles en la producción de sus prendas, como el uso de materiales orgánicos y reciclados, la reducción de residuos textiles y la implementación de prácticas de transporte más sostenibles. Del mismo modo, los consumidores también pueden contribuir a reducir la contaminación del aire causada por la moda rápida al optar por marcas más sostenibles y duraderas, y al reciclar o donar su ropa usada en lugar de desecharla. Juntos, podemos trabajar para reducir la contaminación del aire causada por la industria de la moda rápida en México y en todo el mundo.

El 10% de todas las emisiones de carbono en el planeta provienen de la industria de la moda, más que todos los vuelos internacionales y el transporte marítimo combinados.

2.6 USO DE RECURSOS NATURALES

En el año 2023, el fast fashion seguía siendo una fuerza dominante en la industria de la moda en México, con un impacto significativo en el uso de recursos naturales del país. La producción masiva y rápida de prendas de vestir a precios accesibles había llevado a una explotación cada vez mayor de recursos como el agua, el algodón y la energía, planteando desafíos importantes para la sostenibilidad ambiental y el equilibrio ecológico.

Uno de los recursos naturales más afectados por el fast fashion en México en el 2023 era el agua. La producción de prendas de vestir requería grandes cantidades de agua en los procesos de lavado, teñido y acabado de textiles. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la industria textil era uno de los principales consumidores de agua en el país, con un uso estimado de millones de metros cúbicos de agua por año. Este uso intensivo de agua tenía consecuencias significativas para los ecosistemas acuáticos locales, así como para las comunidades que dependían de estos recursos para sus necesidades básicas de agua potable y riego.

Además del agua, el fast fashion también tenía un impacto considerable en el uso de otros recursos naturales, como el algodón y la energía. La producción de algodón, uno de los materiales más utilizados en la industria textil, requería grandes extensiones de tierra agrícola y el uso intensivo de agua y productos químicos en su cultivo. Además, la producción y distribución de prendas de vestir a través de la cadena de suministro global también generaba emisiones de gases de efecto invernadero y contribuía al calentamiento global y el cambio climático.

El uso insostenible de recursos naturales por parte del fast fashion en México en el 2023 planteaba serias preocupaciones sobre la capacidad del país para mantener un desarrollo económico y social equitativo a largo plazo. La sobreexplotación de recursos como el agua y el algodón podía tener consecuencias devastadoras para los ecosistemas locales y las comunidades que dependían de ellos para su subsistencia. Además, la dependencia del fast fashion de recursos no renovables como los combustibles fósiles también planteaba desafíos importantes en términos de seguridad energética y cambio climático.

El fast fashion al ser un modelo de producción y consumo que se caracteriza por la rápida producción de prendas de vestir a bajos precios, tiene un impacto negativo en el uso de recursos naturales. Algunas de las formas en que el fast fashion utiliza los recursos naturales de manera insostenible son:

1. **Uso intensivo de agua:** La industria textil es una de las que más agua consume en todo el mundo. El proceso de producción de prendas de vestir, incluyendo el cultivo de materias primas, el teñido de telas y el lavado de prendas, requiere grandes cantidades de agua. En el caso del fast fashion, la producción masiva de prendas implica un uso aún mayor de agua.

2. **Uso de materiales no renovables:** El fast fashion se basa en la producción de prendas a bajo costo, lo que a menudo significa el uso de materiales sintéticos derivados del petróleo, como el poliéster y el nylon. Estos materiales no son renovables y su producción tiene un alto impacto ambiental.

3. **Contaminación del aire:** La producción de prendas de vestir en el fast fashion también genera emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes atmosféricos. Los procesos de fabricación, transporte y almacenamiento de las prendas contribuyen a la contaminación del aire y al cambio climático.

4. Deforestación: La producción de fibras naturales como el algodón y la viscosa requiere grandes extensiones de tierra, lo que a menudo conduce a la deforestación de bosques para dar paso a plantaciones agrícolas. La deforestación tiene graves consecuencias para la biodiversidad y el clima global.

La industria de la moda rápida en México ha ocasionado un aumento considerable en el uso de recursos naturales como el agua, la tierra y los materiales textiles, generando consecuencias negativas para el medio ambiente. Este incremento en la demanda de agua para el cultivo de algodón, la tintura de los tejidos y el lavado de las prendas está provocando la sobreexplotación de fuentes hídricas, especialmente en áreas donde el acceso al agua ya es limitado. Además, el uso extensivo de tierras agrícolas para el cultivo de materias primas como el algodón puede resultar en deforestación, pérdida de biodiversidad y contaminación del suelo debido al uso de pesticidas y fertilizantes. Por otro lado, la fabricación de fibras sintéticas como el poliéster genera altas emisiones de gases de efecto invernadero y la liberación de microplásticos en los océanos, contribuyendo a la contaminación de los ecosistemas marinos. En conclusión, es imperativo que la industria de la moda en México adopte prácticas más sostenibles para mitigar su impacto ambiental y preservar los recursos naturales del país.

Algunos de los recursos naturales usados en México por el consumo de fast fashion son:

1. Algodón: Es uno de los materiales más utilizados en la industria del fast fashion debido a su versatilidad, comodidad y asequibilidad. Sin embargo, su uso en este contexto plantea una serie de desafíos y preocupaciones tanto ambientales como sociales. Se cultiva en grandes extensiones de terreno para la fabricación de prendas de vestir. El cultivo intensivo de algodón requiere grandes cantidades de agua, pesticidas y fertilizantes que pueden afectar los ecosistemas locales.

La producción convencional de algodón a menudo implica el uso intensivo de agua y productos químicos agrícolas, como pesticidas y fertilizantes. Esto puede tener

graves consecuencias para los ecosistemas locales y la salud de las comunidades agrícolas, así como para la disponibilidad de agua en regiones ya afectadas por la escasez de agua.

Desde una perspectiva social, la producción de algodón a menudo está asociada con prácticas laborales injustas y condiciones de trabajo peligrosas en países en desarrollo donde se cultiva la mayor parte del algodón del mundo. Los trabajadores agrícolas, muchos de los cuales son mujeres y niños, pueden enfrentar salarios bajos, largas horas de trabajo y exposición a productos químicos tóxicos sin la protección adecuada.

2. Agua: El proceso de fabricación de prendas de fast fashion requiere una gran cantidad de agua, tanto para el cultivo de materias primas como para la tintura y el lavado de las prendas. Esto puede resultar en la contaminación de ríos y acuíferos locales.

Una de las etapas más intensivas en el uso de agua es el cultivo de materias primas como el algodón. El algodón es una de las fibras más utilizadas en la industria textil, y su producción requiere grandes cantidades de agua, especialmente en regiones donde se cultiva de manera intensiva. El riego de los cultivos de algodón puede agotar los recursos hídricos locales y contribuir a la escasez de agua en áreas vulnerables.

Además del cultivo de materias primas, el procesamiento textil también implica un uso significativo de agua. El teñido y el acabado de textiles requieren grandes volúmenes de agua para el lavado y la eliminación de productos químicos. En muchos casos, el agua utilizada en estos procesos no se trata adecuadamente antes de ser liberada en los cuerpos de agua cercanos, lo que puede provocar la contaminación del agua y afectar la salud de los ecosistemas acuáticos y las comunidades locales que dependen de ellos.

El transporte de prendas de vestir a lo largo de la cadena de suministro también contribuye al uso de agua, ya que muchas veces las materias primas y los productos terminados viajan largas distancias en barco, avión o camión, lo que requiere agua para la navegación y refrigeración de los motores, así como para mantener la comodidad de los tripulantes.

3. **Petróleo:** Uno de los principales usos del petróleo en el fast fashion es en la producción de fibras sintéticas como el poliéster, el nylon y el elastano. Estas fibras son ampliamente utilizadas en la fabricación de prendas de vestir debido a su durabilidad, elasticidad y bajo costo. Sin embargo, su producción requiere la extracción y refinación de petróleo crudo, así como una serie de procesos químicos intensivos que contribuyen a la contaminación ambiental y a la liberación de gases de efecto invernadero.

Además de la producción de fibras sintéticas, el petróleo también se utiliza en el transporte y la distribución de productos en la cadena de suministro de la moda. Desde el envío de materias primas hasta las fábricas de confección hasta el transporte de prendas de vestir a tiendas y consumidores finales, el petróleo alimenta la infraestructura global de transporte que sustenta el modelo de negocio del fast fashion.

El petróleo también se utiliza en la generación de energía para alimentar las instalaciones de fabricación de prendas de vestir, incluidas las fábricas textiles y las plantas de confección. Estas instalaciones suelen depender de combustibles fósiles como el petróleo y el gas natural para generar electricidad y calor, lo que contribuye aún más a la huella de carbono de la industria de la moda.

4. **Metales:** los metales como el oro, la plata, el zinc, el cobre y el aluminio se utilizan en la fabricación de accesorios de moda, como botones, hebillas, cremalleras, adornos y joyería. Estos metales pueden proporcionar detalles decorativos y funcionales a las prendas de vestir, pero su extracción y procesamiento a menudo

implican impactos ambientales negativos, como la contaminación del agua, la degradación del suelo y la deforestación.

La extracción de metales puede estar vinculada a métodos mineros poco éticos y condiciones laborales injustas en varias regiones del mundo. Específicamente, la extracción de metales preciosos como el oro y la plata ha sido cuestionada por su impacto negativo en las comunidades locales y el respeto a los derechos humanos. Los metales también se utilizan en la fabricación de componentes estructurales en prendas de vestir y calzado, como soportes de sujetadores, alambres de refuerzo y punteras de zapatos. Estos metales pueden proporcionar resistencia, durabilidad y estabilidad a las prendas de vestir, pero su producción y uso pueden contribuir a la huella ambiental y climática de la industria del fast fashion.

Estos son solo algunos ejemplos de los recursos naturales que se utilizan en México para el consumo de fast fashion, y cómo su extracción y producción pueden tener impactos negativos en el medio ambiente. Es importante ser conscientes de estos efectos y buscar alternativas más sostenibles y eco-amigables en la industria de la moda.

Fue un problema urgente que requería una acción inmediata y concertada por parte de todos los actores involucrados. Al abordar este desafío de manera integral y efectiva, podíamos proteger los recursos naturales del país, salvaguardar el medio ambiente y promover un desarrollo sostenible y equitativo para las generaciones futuras.

CAPÍTULO III

LEGISLACIÓN, POLÍTICAS AMBIENTALES E INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA DE LA MODA RÁPIDA EN MÉXICO

3.1 LEGISLACIÓN Y POLÍTICAS AMBIENTALES EN MÉXICO

En México, existen varias legislaciones y políticas ambientales que se relacionan con la industria de la moda rápida, aunque la regulación específica dirigida

exclusivamente a esta industria puede ser limitada. A continuación, se mencionan algunas de las leyes y políticas ambientales relevantes en México

3.1.1 LEY GENERAL DEL EQUILIBRIO ECOLÓGICO Y LA PROTECCIÓN AL AMBIENTE (LGEEPA)

Esta ley es la principal legislación ambiental en México y establece los principios y lineamientos generales para la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales. Fue promulgada en 1988 y ha sido modificada en varias ocasiones para adaptarse a las necesidades cambiantes de protección ambiental y conservación de recursos naturales en el país. La LGEEPA abarca una amplia gama de temas, incluida la gestión de residuos, la conservación del agua y la protección de la biodiversidad, que son relevantes para la industria de la moda rápida en términos de su impacto ambiental.

La Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA) es la principal legislación ambiental en México. Fue promulgada en 1988 y ha sido modificada en varias ocasiones para adaptarse a las necesidades cambiantes de protección ambiental y conservación de recursos naturales en el país.

Tiene como objetivo fundamental garantizar el equilibrio ecológico y la protección del medio ambiente en México, establece los principios, criterios y lineamientos generales para la preservación y restauración del equilibrio ecológico, la conservación de los recursos naturales y la prevención y control de la contaminación.

Entre los principales aspectos y disposiciones de la LGEEPA se encuentran:

Principio de prevención y precaución: La ley establece que las autoridades y la sociedad en general tienen la responsabilidad de prevenir y controlar la contaminación y los impactos ambientales adversos, así como de adoptar medidas precautorias ante posibles riesgos para el medio ambiente.

Protección de la biodiversidad: La LGEEPA reconoce la importancia de conservar la diversidad biológica y los ecosistemas naturales, así como de proteger las especies en peligro de extinción y sus hábitats.

Gestión integral de residuos: La ley establece lineamientos para la gestión integral de los residuos, incluida la reducción en la fuente, la separación, el reciclaje, la valorización y la disposición final adecuada de los residuos sólidos y peligrosos.

Instrumentos de política ambiental: La LGEEPA prevé la utilización de diversos instrumentos de política ambiental, como la evaluación de impacto ambiental, los programas de prevención y control de la contaminación, los sistemas de información ambiental y los incentivos económicos para promover la adopción de prácticas ambientalmente responsables.

Participación ciudadana: La ley reconoce el derecho de la sociedad a participar en la toma de decisiones sobre cuestiones ambientales y promueve la participación activa de la sociedad en la conservación y protección del medio ambiente.

3.1.2 LEY DE RESIDUOS SÓLIDOS

Esta ley regula la gestión integral de los residuos sólidos en México, incluidos los residuos generados por la industria de la moda, como recortes de tela, envases y embalajes. Fue promulgada con el objetivo de establecer lineamientos para la prevención, manejo, separación, recolección, transporte, tratamiento y disposición final de los residuos sólidos, con miras a reducir su impacto ambiental y promover su aprovechamiento.

Entre los aspectos más relevantes de la Ley de Residuos Sólidos se encuentran:

Prevención y reducción en la fuente: La ley establece la necesidad de promover la prevención y reducción en la generación de residuos sólidos, así como el fomento de prácticas de producción y consumo sostenibles que minimicen la cantidad de residuos generados.

Separación y reciclaje: La legislación establece la obligación de los generadores de residuos sólidos de separar y clasificar adecuadamente los residuos para facilitar su posterior reciclaje y valorización. Se promueve la implementación de programas de separación en la fuente y la creación de sistemas de recolección selectiva para facilitar el reciclaje de materiales como papel, cartón, plástico, vidrio, metales y materia orgánica.

Responsabilidad extendida del productor (REP): La ley establece el principio de responsabilidad extendida del productor, que implica que los fabricantes, importadores y distribuidores de productos tienen la responsabilidad de hacerse cargo de los residuos generados por sus productos una vez que estos llegan al final de su vida útil. Esto se traduce en la implementación de sistemas de recolección, tratamiento y disposición final de los residuos asociados a los productos que comercializan.

Prohibición de disposición final inadecuada: La legislación prohíbe la disposición final de residuos sólidos en sitios no autorizados, como tiraderos a cielo abierto, y establece criterios y requisitos para la operación y clausura de los sitios de disposición controlada y rellenos sanitarios.

Incentivos económicos y financiamiento: La ley contempla la posibilidad de establecer incentivos económicos y financieros para promover la reducción, reciclaje y valorización de los residuos sólidos, así como el establecimiento de fondos y programas para apoyar la implementación de acciones de gestión integral de residuos.

3.2 NORMAS OFICIALES MEXICANAS (NOM)

Las NOM son regulaciones técnicas obligatorias en México que establecen los requisitos mínimos de calidad y seguridad para una amplia gama de productos y procesos, incluidos aquellos relacionados con el medio ambiente. Si bien no existen NOM específicas para la industria de la moda rápida, algunas normas relacionadas

con la calidad del agua, la gestión de residuos y la protección ambiental pueden ser aplicables a esta industria.

Por ejemplo, algunas NOM relevantes para la industria de la moda podrían ser:

1. NOM-004-SCFI-2006: Esta norma establece las especificaciones generales de etiquetado para productos textiles, incluyendo requisitos de información obligatoria en las etiquetas de prendas de vestir y textiles.

2. NOM-168-SCFI-2014: Esta norma establece los requisitos de seguridad y calidad para el calzado destinado al consumidor final, incluyendo especificaciones técnicas para materiales, construcción, resistencia al deslizamiento, entre otros aspectos.

3. NOM-013-SCFI-2004: Esta norma establece las especificaciones y métodos de prueba para la resistencia al desgaste de los textiles, incluyendo la resistencia al pilling, abrasión y desgarró, entre otros aspectos.

Es importante que las empresas del sector de la moda en México estén familiarizadas con las NOM aplicables a sus productos y procesos, y cumplan con los requisitos establecidos para garantizar la calidad, seguridad y conformidad de sus productos en el mercado nacional. El incumplimiento de las NOM puede resultar en sanciones y medidas regulatorias por parte de las autoridades competentes.

3.3 PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL

En México, los programas de certificación ambiental son iniciativas voluntarias que buscan reconocer y promover el compromiso de las empresas con la protección del medio ambiente y la adopción de prácticas de gestión ambiental responsables. Estos programas ofrecen herramientas y mecanismos para evaluar, mejorar y certificar el desempeño ambiental de las organizaciones en diversas áreas, como la reducción de emisiones contaminantes, el uso eficiente de recursos naturales, la gestión de residuos, entre otros aspectos.

Algunos de los programas de certificación ambiental más reconocidos y utilizados en México incluyen:

Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA): Este programa, coordinado por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), promueve la realización de auditorías ambientales voluntarias en empresas e instituciones para evaluar y mejorar su desempeño ambiental. Las empresas que participan en el PNAA pueden obtener reconocimiento oficial y beneficios regulatorios por cumplir con los estándares de gestión ambiental establecidos.

Distintivo Nacional de Calidad Ambiental (DNCA): Este distintivo, también coordinado por PROFEPA, reconoce a las empresas y productos que cumplen con estándares ambientales específicos y demuestran un compromiso sobresaliente con la protección del medio ambiente. El DNCA se otorga a través de un proceso de evaluación y certificación que abarca diferentes categorías, como industria limpia, eco eficiencia, productos amigables con el ambiente, entre otras.

ISO 14001: Esta norma internacional establece los requisitos para implementar un sistema de gestión ambiental efectivo en una organización, con el objetivo de identificar, controlar y reducir los impactos ambientales de sus actividades, productos y servicios. La certificación ISO 14001 es reconocida a nivel mundial y puede ser una herramienta valiosa para mejorar la reputación y competitividad de las empresas en el mercado global.

3.4 PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS

Además de los programas de certificación ambiental para empresas, existen programas específicos para certificar la sustentabilidad ambiental de productos y servicios, como el etiquetado ecológico, certificaciones orgánicas, certificaciones de comercio justo, entre otros.

Estos programas de certificación ambiental brindan a las empresas la oportunidad de demostrar su compromiso con la protección del medio ambiente, mejorar su desempeño ambiental y diferenciarse en el mercado al ofrecer productos y servicios sustentables y socialmente responsables.

Si bien estas leyes y políticas proporcionan un marco general para la protección del medio ambiente en México, es importante destacar que la regulación específica dirigida a la industria de la moda rápida puede ser limitada. Sin embargo, las empresas en este sector pueden adoptar prácticas de negocio sostenibles y responsables para minimizar su impacto ambiental y cumplir con los estándares internacionales de sostenibilidad.

3.5 INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA DE LA MODA EN MÉXICO

La sostenibilidad en la moda es un enfoque que busca reducir el impacto ambiental y social de la industria textil. Esto implica la adopción de prácticas sostenibles en todas las etapas del ciclo de vida de la ropa, desde la producción de materias primas hasta su uso y disposición final.

Algunas de las prácticas sostenibles en la moda incluyen el uso de materiales orgánicos y reciclados, la reducción de los desechos y emisiones de carbono, la implementación de condiciones laborales justas y seguras en las fábricas, y el fomento de un consumo consciente y responsable.

Las marcas de moda sostenible suelen ser transparentes en cuanto a sus procesos de producción y se comprometen a trabajar con proveedores y fabricantes que cumplen con estándares éticos y ambientales. Además, muchas marcas también buscan fomentar la economía circular mediante la reutilización y el reciclaje de prendas usadas.

En resumen, la sostenibilidad en la moda es fundamental para garantizar un futuro más justo y equitativo para las personas y el planeta. Es responsabilidad de las marcas, los consumidores y la industria en su conjunto trabajar juntos para promover la moda sostenible y reducir su impacto negativo en el medio ambiente. La slow fashion se opone a la moda rápida y promueve una conciencia sobre los procesos y recursos involucrados en la fabricación de ropa. Prioriza la compra de prendas duraderas de alta calidad y aboga por el trato justo hacia las personas, los animales y el medio ambiente en todo el proceso de producción.

Es un movimiento que aboga por la creación, consumo y uso consciente de la moda. Prioriza la calidad sobre la cantidad, promoviendo la producción ética y responsable, el respeto por los trabajadores y el medio ambiente, así como la estimulación de la creatividad y la individualidad en la industria de la moda. A diferencia del fast fashion, que se enfoca en la producción masiva de prendas a bajo precio y con una vida útil limitada, el slow fashion busca diseñar piezas duraderas, intemporales y de alta calidad que perduren en el tiempo y minimicen el impacto ambiental.

Existen diversas marcas alrededor del mundo que promueven este movimiento, un ejemplo es Attire The Studio que Esta nueva marca creada recientemente se basa en la transparencia como su principal valor. La creadora, la influencer Xenia Adonts, decidió actuar frente a una industria que avanza rápidamente. Xenia destaca la honestidad y la autenticidad, mostrando un ejercicio interesante de transparencia al revelar las fábricas donde se fabrican sus prendas, la mayoría en Portugal y operadas por pequeñas familias. En cuanto al costo de sus productos, Attire también es transparente para que el cliente conozca en qué se ha invertido el dinero que pagó por cada prenda: materias primas, mano de obra, transporte e incluso el margen de beneficio. Definitivamente es una marca que vale la pena seguir de cerca.

En México, la industria de la moda está comenzando a adoptar iniciativas de sostenibilidad para reducir su impacto negativo en el medio ambiente y la sociedad. Algunas de las iniciativas más destacadas incluyen:

1. Uso de materiales sostenibles: muchas marcas mexicanas están empezando a utilizar materiales sostenibles en sus colecciones, como algodón orgánico, lino, cáñamo y textiles reciclados. Esto ayuda a reducir el desperdicio de recursos naturales y la contaminación asociada con la producción de ropa.

2. Producción local: algunas marcas mexicanas están apostando por la producción local, lo que les permite reducir su huella de carbono al evitar largos procesos de transporte de la ropa. Además, apoyar la producción local también ayuda a impulsar la economía de la región.

3. Transparencia en la cadena de suministro: cada vez más marcas de moda en México están siendo transparentes sobre su cadena de suministro, desde la selección de materiales hasta las condiciones laborales de los trabajadores en las fábricas. Esto ayuda a garantizar que los productos sean éticamente fabricados.

4. Upcycling y reciclaje: algunas marcas mexicanas están utilizando técnicas de upcycling para transformar prendas usadas en nuevas creaciones de moda. Además, se están llevando a cabo programas de reciclaje de ropa para darles una segunda vida a las prendas en desuso.

5. Educación y concientización: se están llevando a cabo campañas educativas para concientizar a los consumidores sobre la importancia de la moda sostenible y cómo pueden contribuir a través de sus decisiones de compra. Esto ayuda a cambiar los hábitos de consumo y promover un cambio hacia una industria de la moda más sostenible en México.

Claro que el trabajo artesanal es una forma de crear productos de forma manual, con atención al detalle y utilizando técnicas tradicionales. Por otro lado, el fast fashion es un modelo de producción masiva y rápida de prendas de vestir que siguen las últimas tendencias de moda.

Aunque ambos enfoques tienen sus ventajas y desventajas, es importante tener en cuenta que el trabajo artesanal se caracteriza por la calidad y el valor único de cada pieza, mientras que el fast fashion se centra en la rapidez y la accesibilidad de los productos y en la actualidad, muchas marcas están tratando de combinar estos dos enfoques, incorporando elementos artesanales en sus colecciones de fast fashion para ofrecer productos más exclusivos y sostenibles. De esta manera, se puede disfrutar de la moda rápida sin renunciar a la calidad y la autenticidad del trabajo artesanal.

Apoyar la compra de ropa artesanal en México es importante por varias razones:

1. Fomenta la economía local: Al comprar ropa artesanal se apoya a los pequeños productores y artesanos mexicanos, contribuyendo a fortalecer la economía local y a generar empleo en comunidades rurales y marginadas.

2. Preserva la cultura y tradiciones: La ropa artesanal refleja la riqueza cultural y tradiciones de México. Al adquirir prendas hechas a mano se contribuye a preservar y promover el patrimonio cultural y artesanal del país.

3. Promueve la sustentabilidad: La producción de ropa artesanal suele ser más sustentable que la fabricación industrial, ya que se utiliza menos recursos naturales y se generan menos residuos. Apoyar la compra de ropa artesanal es una forma de apoyar prácticas más sustentables y respetuosas con el medio ambiente.

4. Calidad y exclusividad: La ropa artesanal suele ser de mejor calidad y de diseño único y exclusivo, lo que la hace más valiosa y especial. Al comprar ropa artesanal

se adquiere prendas de alta calidad y con un valor agregado, lo que contribuye a enriquecer el armario y el estilo personal.

3.6 EJEMPLOS DE MARCAS SOSTENIBLES EN MÉXICO.

-Una marca mexicana que sigue muy de cerca este movimiento es Coeur, la cual presenta una producción manual de productos, en la cual un reducido grupo de colaboradores se encarga de llevar a cabo todo el proceso, desde la creación del diseño hasta la elaboración de las prendas.

De esta manera, Coeur sigue un procedimiento ético claro que promueve la apreciación por el trabajo artesanal, el impulso a la economía local y el apoyo al comercio justo.

- AMOR Y ROSAS

La marca se esfuerza por cambiar la vida de las mujeres que fabrican la ropa y de quienes la usan, siendo respetuosos con el medio ambiente al seguir prácticas que reducen su impacto, especialmente mediante el uso de telas ecológicas.

-Fabrica Social

Se identifican como una organización social comprometida con fomentar y dar a conocer las habilidades, destrezas y tradiciones de las artesanas indígenas de nuestra nación. Sus principios incluyen el aprecio por la creatividad sin límites, la originalidad y la estética, la cooperación y el establecimiento de relaciones comerciales equitativas.

-Someone Somewhere

Es una empresa que ofrece una variedad de productos y trabaja en colaboración con artesanos, en su mayoría mujeres, de cinco de los estados más pobres de la república. Utilizando diversas técnicas artesanales en sus diseños, buscan promover la filosofía del "buen vivir" que promueve la convivencia en armonía con la comunidad, la familia, la naturaleza y el universo.

Aunque aún falta mucho por hacer para transformar completamente la industria de la moda, es evidente que se están logrando avances gradualmente. Nuestro poder como consumidores es significativo y podemos influir en la dirección hacia una industria más ética y sostenible.

En la industria de la moda en México, existen diversas buenas prácticas y alternativas sostenibles que pueden contribuir a reducir el impacto ambiental y social de esta industria. Algunas de estas prácticas y alternativas incluyen:

1. Uso de materiales sostenibles: Las empresas pueden optar por utilizar materiales orgánicos y reciclados en la fabricación de prendas de vestir y accesorios, como algodón orgánico, cáñamo, lino, tencel, poliéster reciclado, entre otros. Estos materiales tienen un menor impacto ambiental en comparación con los materiales convencionales y promueven la conservación de recursos naturales y la reducción de residuos.

2. Producción local y artesanal: Favorecer la producción local y el trabajo artesanal puede ayudar a reducir las emisiones de carbono asociadas con el transporte de materias primas y productos terminados, así como a promover el empleo y el desarrollo económico en comunidades locales.

Apoyar a diseñadores y artesanos locales también puede fomentar la conservación de técnicas tradicionales y culturales.

3. Diseño sostenible y duradero: Las empresas pueden adoptar prácticas de diseño que promuevan la durabilidad, la versatilidad y la atemporalidad de las prendas de vestir, así como el uso de técnicas de fabricación que minimicen el desperdicio de material y la generación de residuos. El diseño modular, la personalización y la reparación de prendas también pueden extender su vida útil y reducir la necesidad de comprar nuevas prendas con frecuencia.

4. Gestión responsable de residuos: Implementar sistemas de gestión de residuos que fomenten la reducción, reutilización y reciclaje de materiales puede ayudar a minimizar el impacto ambiental de la industria de la moda. Esto incluye la implementación de programas de reciclaje de textiles, la donación de prendas usadas, el compostaje de residuos orgánicos, entre otras prácticas.

5. Transparencia y ética en la cadena de suministro: Promover la transparencia y la responsabilidad en toda la cadena de suministro es fundamental para garantizar condiciones laborales justas, el respeto a los derechos humanos y la protección del medio ambiente. Las empresas pueden establecer relaciones sólidas con proveedores éticos y certificados, realizar auditorías sociales y ambientales, y proporcionar información transparente sobre el origen y los procesos de fabricación de sus productos.

6. Educación y concienciación: Promover la educación y concienciación sobre la moda sostenible entre consumidores, empresas y profesionales del sector puede ayudar a impulsar un cambio cultural hacia prácticas más responsables y éticas. Esto incluye la sensibilización sobre los impactos ambientales y sociales de la industria de la moda, así como la promoción de hábitos de consumo consciente y la valoración de la calidad sobre la cantidad.

CAPÍTULO IV

EL CONSUMO EFICIENTE Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE FAST FASHION

4.1 CONSUMO CONSCIENTE

Definición: El consumo consciente implica tomar decisiones de compra considerando no solo el precio y la moda, sino también los impactos sociales, éticos y ambientales. Los consumidores conscientes buscan reducir su huella ecológica, apoyan a marcas éticas y priorizan productos de mayor calidad y durabilidad.

Se refiere a la práctica de tomar decisiones de compra que consideran no solo el costo monetario, sino también el impacto social y ambiental de los productos. En el contexto de la moda, esto implica elegir marcas que promuevan prácticas sostenibles, que utilicen materiales ecológicos y que respeten los derechos laborales de sus trabajadores.

A medida que los consumidores adquieren mayor conciencia sobre el impacto del fast fashion, existe un creciente interés en alternativas más sostenibles, como la moda lenta (*slow fashion*) o la compra de prendas de segunda mano. El movimiento slow fashion enfatiza la producción ética, la durabilidad y el uso de materiales sostenibles. Marcas como Patagonia o Stella McCartney se han alineado con este enfoque, demostrando que es posible combinar moda y sostenibilidad.

El consumidor consciente no solo debe ser capaz de evaluar la calidad y el diseño de las prendas, sino también cuestionar la procedencia de los productos que compra. Preguntas como "¿Quién hizo mi ropa?" o "¿Qué impacto tiene esta prenda en el medio ambiente?" se están volviendo más comunes entre los consumidores que buscan tomar decisiones éticas. Sin embargo, la barrera más significativa para el consumo consciente es el costo. Las prendas sostenibles suelen ser más caras que las producidas por marcas de fast fashion, lo que plantea un desafío para aquellos con menos recursos. Esto subraya la importancia de educar a los consumidores sobre el costo real de la moda barata y los beneficios a largo plazo de invertir en prendas de mayor calidad y durabilidad.

4.2 EL SEGMENTO DEL CONSUMIDOR DE FAST FASHION

El segmento consumidor de *fast fashion* está compuesto principalmente por jóvenes adultos que buscan estar al día con las tendencias de la moda a precios asequibles. Este grupo demográfico incluye, en su mayoría, a personas entre 18 y 35 años, quienes valoran la accesibilidad y la rapidez de los cambios en la moda. Sin embargo, más allá de la edad, el perfil de estos consumidores está influenciado por factores culturales, económicos y tecnológicos.

Edad y Generación: Los consumidores de fast fashion pertenecen principalmente a la Generación Z (nacidos entre 1997 y 2012) y los Millennials (nacidos entre 1981 y 1996). Estos grupos tienen una fuerte afinidad con la moda rápida debido a su deseo de mantenerse actualizados con las tendencias, su estilo de vida acelerado y la accesibilidad que les ofrecen las tiendas de fast fashion (Joy et al., 2012).

Ingreso Disponible: Aunque muchos consumidores de fast fashion pertenecen a rangos de ingresos medios o bajos, su motivación no necesariamente está vinculada a la necesidad de precios bajos, sino a la posibilidad de adquirir moda en grandes cantidades sin comprometer el presupuesto. En general, los consumidores jóvenes tienden a tener ingresos limitados, por lo que buscan optimizar sus compras sin renunciar a estar a la moda (Bhardwaj & Fairhurst, 2010).

4.3 DETERMINACIÓN DEL MUESTREO INTENCIONADO-SEGMENTO

Para la presente investigación sobre el impacto ambiental ocasionado en México por la producción y consumo de fast fashion, se empleará una encuesta. Este método se selecciona con el propósito de incluir participantes que, por sus características particulares, estén directamente relacionados con los temas de estudio, asegurando así que los datos obtenidos sean relevantes y representativos de los grupos involucrados.

Criterios de Selección:

Los participantes serán seleccionados en función de su relación con el fenómeno del fast fashion, agrupados en los siguientes segmentos:

1. **Consumidores frecuentes de fast fashion:**
 - **Edad:** Personas de entre 18 y 35 años.
 - **Frecuencia de compra:** Aquellos que hayan realizado compras de fast fashion al menos 3 veces en el último año.

- **Ubicación geográfica:** Se enfocará en consumidores de zonas urbanas del Estado de México
- **Motivo de selección:** Este grupo es el principal consumidor de ropa de fast fashion, por lo que su perspectiva es clave para entender el impacto del consumo sobre el medio ambiente.

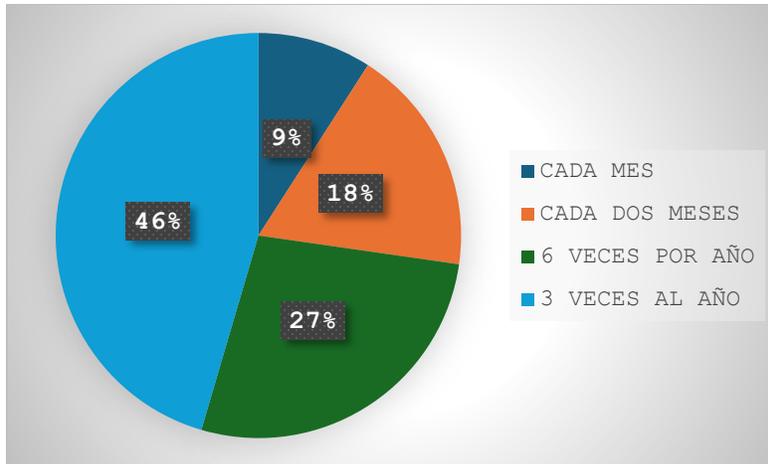
4.3.1 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Para efectos de percibir el tipo, la frecuencia de consumo y preferencias de marca de los consumidores, así como su grado de conciencia de las personas al consumir productos textiles, se diseñó y se aplicó una encuesta de 20 preguntas (ver anexo 1), usando un muestreo de tipo intencionado, con lo que se puede comprender como la producción y consumo de fast fashion en México contribuyen al deterioro ambiental y cómo es percibido este fenómeno. Los datos recopilados permiten identificar los hábitos de consumo, los procesos de producción y los impactos ambientales asociados a esta industria, con el fin de generar un análisis profundo y proponer soluciones sostenibles.

4.3.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La mayoría de los encuestados tiene una frecuencia de compra baja, realizando compras entre **tres y seis veces al año** (73% en total). Esto indica una tendencia a compras menos frecuentes, con solo una minoría (9%) que realiza compras mensualmente. Este comportamiento podría reflejar una mayor conciencia del consumo responsable o simplemente una preferencia por comprar ropa de manera más espaciada.

Grafica 7
FRECUENCIA DE COMPRA

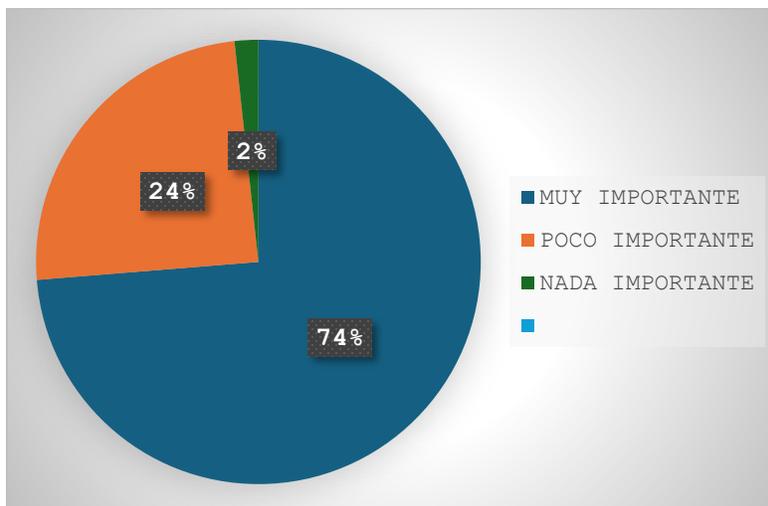


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

La mayoría de los encuestados (74%) considera que el precio es un factor determinante a la hora de adquirir ropa. Esto sugiere que los consumidores están muy enfocados en el costo, lo que puede influir en la preferencia por opciones más económicas, como el fast fashion. El bajo porcentaje que considera el precio como "nada importante" refleja que la mayoría toma decisiones de compra basadas en el presupuesto

Grafica 8

IMPORTANCIA DEL PRECIO AL COMPRAR LA ROPA

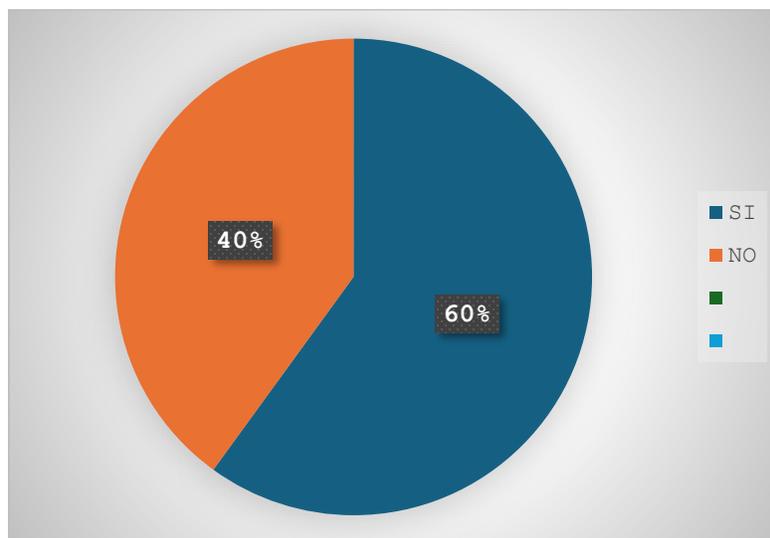


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

Aunque la mayoría (60%) de los encuestados es consciente del impacto ambiental que genera la producción de fast fashion, todavía existe un porcentaje significativo (40%) que no tiene este conocimiento. Esto indica que, aunque hay una conciencia creciente sobre los problemas ambientales asociados con la industria de la moda rápida, aún es necesario mayor esfuerzo en campañas educativas y de concientización para informar a una parte considerable de la población.

Grafica 9

Estas conscientes del impacto ambiental que genera la producción de fast fashion?

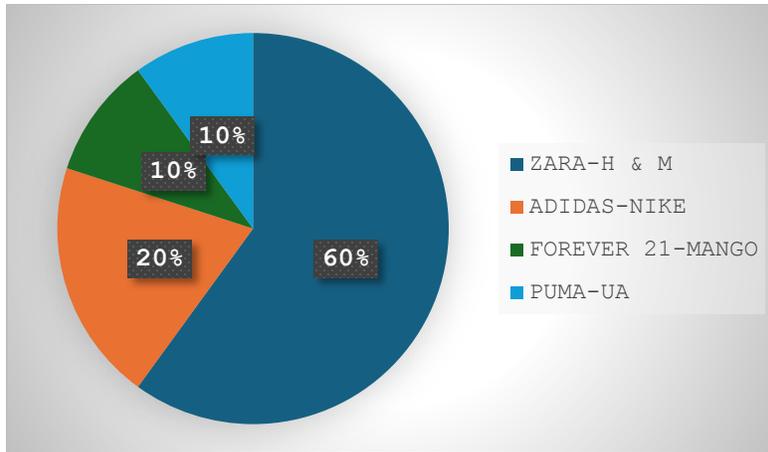


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

Se observa que la población prefiere justamente las dos marcas que son del grupo INDITEX, aun por arriba de marcas deportivas de mucho renombre.

Grafica 10

MARCAS DE PREFERENCIA

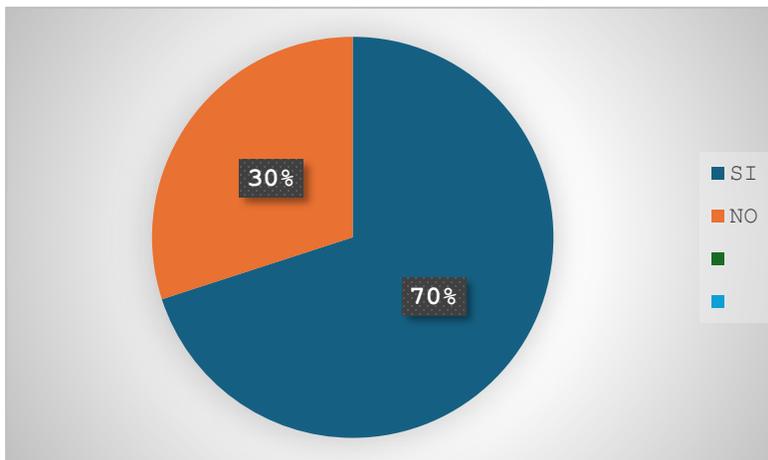


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

La mayoría de las personas (70%) está convencida de que las marcas de moda rápida deben ser mucho más transparentes sobre los métodos de producción que emplean

Grafica 11

¿Consideras que las marcas de fast fashion deberían ser más transparentes acerca de sus procesos de producción?

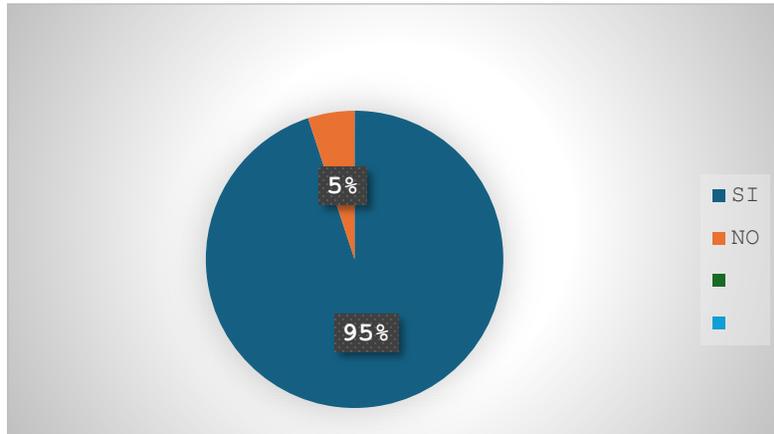


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

La preferencia del 95% de las personas por comprar ropa de marcas sostenibles, a pesar de su mayor costo, refleja una creciente conciencia y preocupación por el impacto ambiental de la industria de la moda.

Grafica 12

¿Prefieres comprar ropa de marcas sostenibles aunque sean más caras?

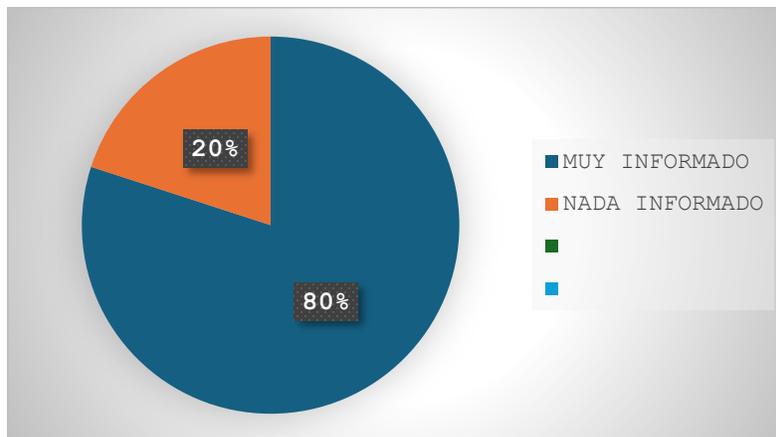


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El hecho de que el 80% de la población esté muy informada sobre las condiciones laborales en la industria del fast fashion indica un alto nivel de conciencia social respecto a los problemas asociados con esta industria.

Grafica 13

¿Qué tan informado(a) te sientes sobre las condiciones laborales en la industria del fast fashion?

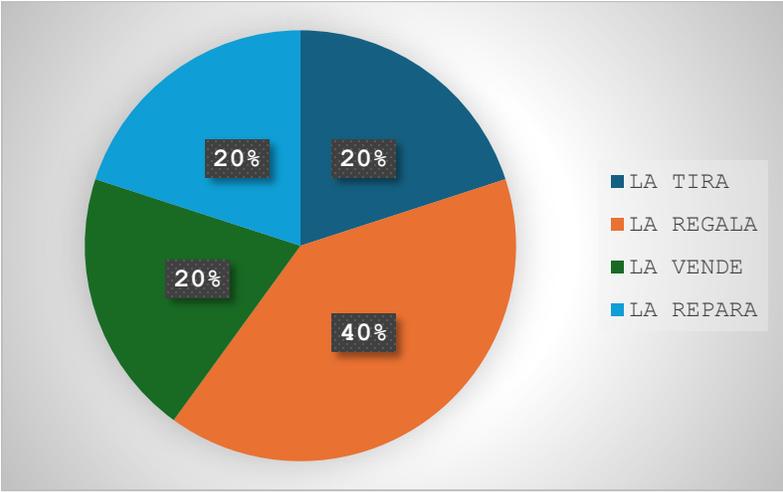


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El hecho de que el 40% de las personas elijan regalar la ropa que ya no utilizan refleja una tendencia significativa hacia la reutilización y la reducción de residuos en la moda.

Grafica 14

¿Tienes algún hábito para reciclar o donar la ropa que ya no usas?

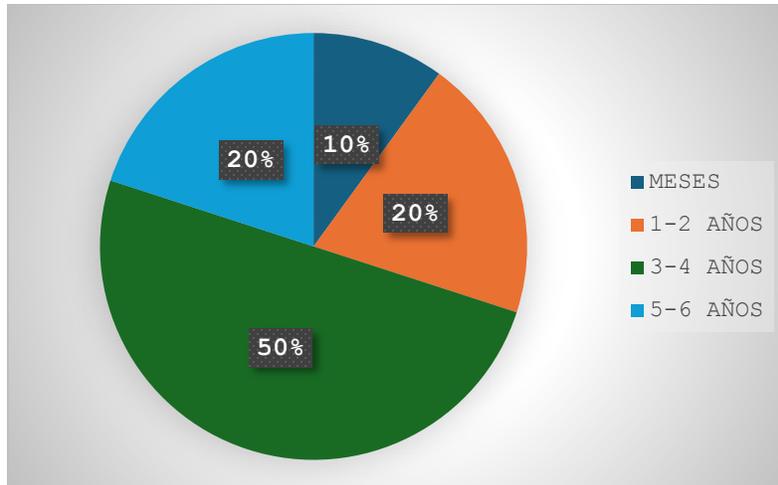


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El dato de que el 50% de las personas utilizan la ropa durante un período de 3 a 4 años antes de desecharla sugiere un comportamiento más consciente y prolongado en el uso de las prendas. Este patrón indica una tendencia hacia una mayor durabilidad en el consumo de moda, lo cual puede reducir la frecuencia de compra y, por ende, disminuir el impacto ambiental asociado con la producción de nuevas prendas.

Grafica 15

¿Cuánto tiempo sueles usar la ropa que compras antes de desecharla?

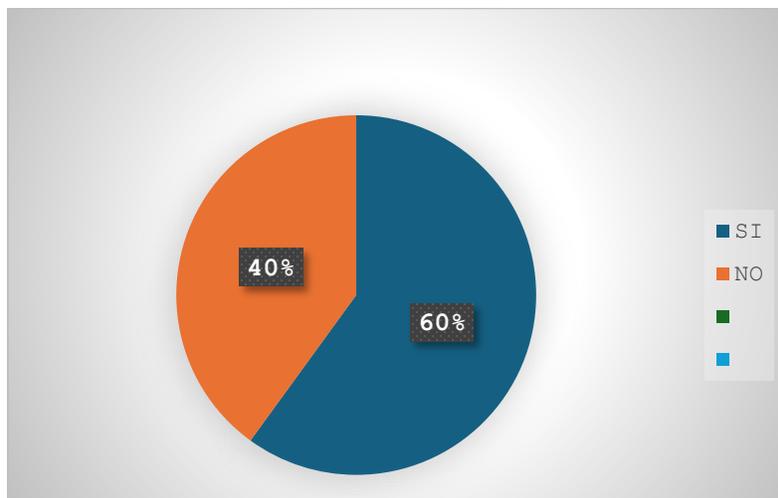


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El 60% de las personas que han dejado de comprar alguna marca debido a sus prácticas ambientales o laborales subraya un cambio significativo en las prioridades de los consumidores. Esta tendencia indica una creciente presión hacia las empresas para que adopten prácticas más éticas y sostenibles.

Grafica 16

¿Has dejado de comprar alguna marca debido a sus prácticas ambientales o laborales?

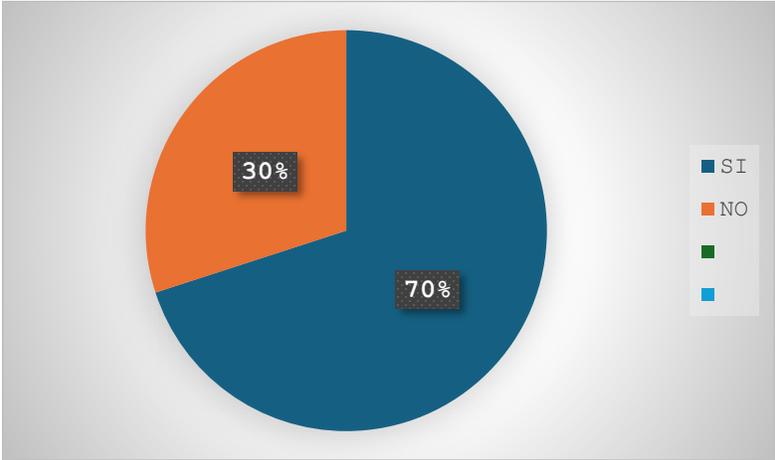


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El 70% de la población que cree que el gobierno debería regular más estrictamente la industria del fast fashion en México refleja una fuerte demanda por mayor control y responsabilidad en el sector. Esta opinión indica un amplio apoyo hacia políticas que promuevan prácticas más sostenibles y éticas en la moda rápida.

Grafica 17

¿Crees que el gobierno debería regular más estrictamente la industria del fast fashion en México?

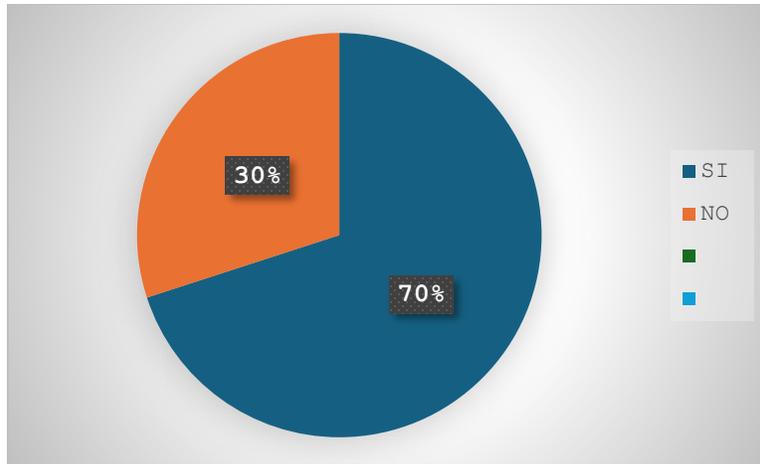


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El 70% de las personas dispuestas a pagar más por ropa sostenible muestra una clara preferencia por opciones de moda más responsables. Esta disposición a invertir en productos sostenibles indica un creciente valor en la ética y el impacto ambiental, impulsando a las marcas a adoptar prácticas más ecológicas.

Grafica 18

¿Estás dispuesto(a) a pagar más por ropa que se produzca de manera sostenible?

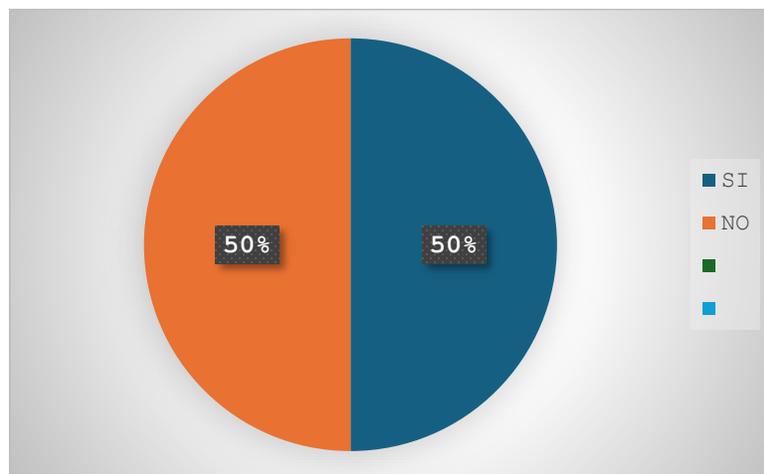


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El que el 50% de las personas investigue la procedencia de la ropa antes de comprarla mientras que la otra mitad no lo hace sugiere una división en la conciencia y el interés por la sostenibilidad en la moda. Este patrón indica que, aunque existe una creciente demanda por prácticas responsables, aún hay una proporción significativa de consumidores que no prioriza esta información al tomar decisiones de compra.

Grafica 19

¿Sueles investigar la procedencia de la ropa antes de comprarla?

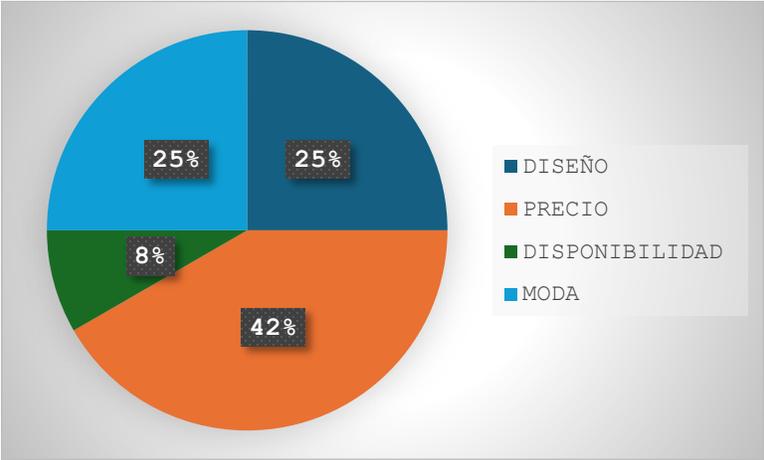


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

Que el factor "moda" sea el principal motivador para la compra de ropa destaca la influencia predominante de las tendencias y el estilo en las decisiones de compra. Esto subraya la importancia de las marcas de moda en captar la atención del consumidor a través de diseño y actualidad, a pesar de las crecientes preocupaciones por la sostenibilidad y la ética.

Grafica 20

¿Qué factores te motivan a comprar ropa de fast fashion

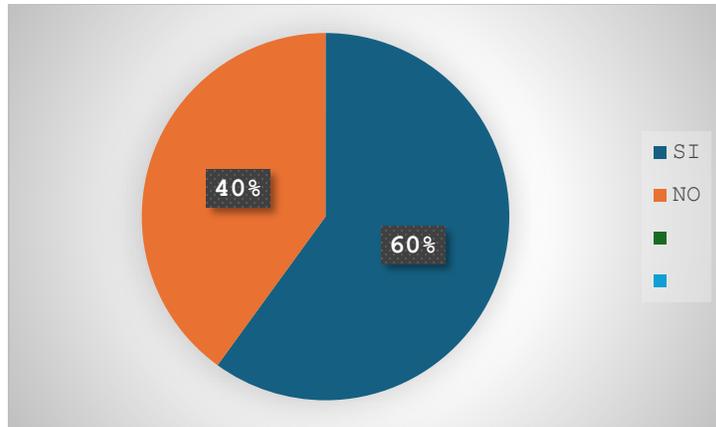


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

Esto demuestra que las modas actuales juegan un papel crucial en las decisiones de compra. Esta influencia significativa subraya cómo las tendencias pueden moldear el comportamiento del consumidor y destacar la necesidad de las marcas de moda para alinearse con las últimas tendencias para captar la atención del mercado.

Grafica 21

¿Te sientes influenciado(a) por las tendencias de la moda al momento de comprar ropa?

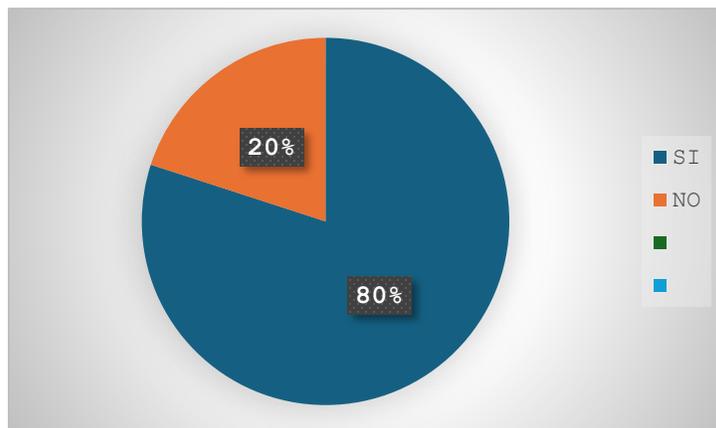


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El 80% de la población que cree que el fast fashion contribuye a la contaminación en México subraya una fuerte percepción de su impacto ambiental negativo. Este consenso destaca la urgencia de adoptar prácticas más sostenibles en la industria de la moda para mitigar el daño ambiental.

Grafica 22

¿Consideras que el fast fashion contribuye al problema de la contaminación en México?

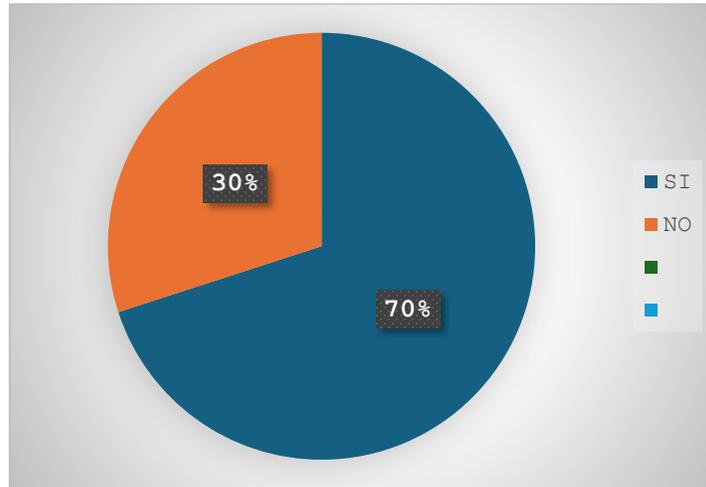


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

Esta disposición sugiere una fuerte voluntad de los consumidores para adoptar prácticas más responsables y reducir su huella ecológica.

Grafica 23

Estás dispuesto(a) estás a reducir tu consumo de ropa de fast fashion para minimizar tu impacto ambiental?

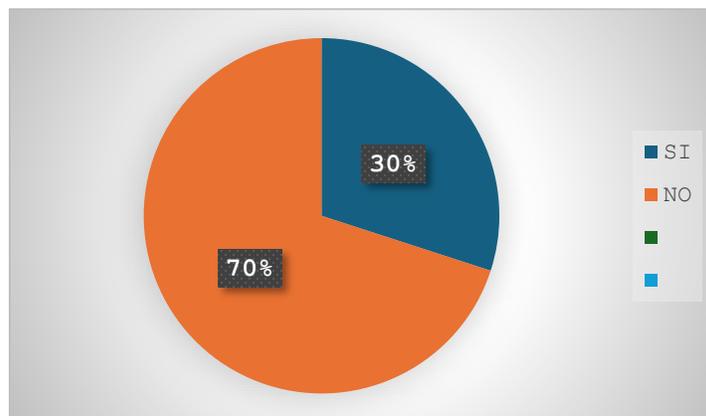


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El 70% de la gente que ha participado en movimientos y campañas contra el fast fashion demuestra un compromiso significativo con la lucha contra la moda rápida. Esto refleja una creciente conciencia y acción entre los consumidores para promover prácticas más sostenibles y éticas en la industria de la moda.

Grafica 24

¿Alguna vez has participado en campañas o movimientos contra el fast fashion?

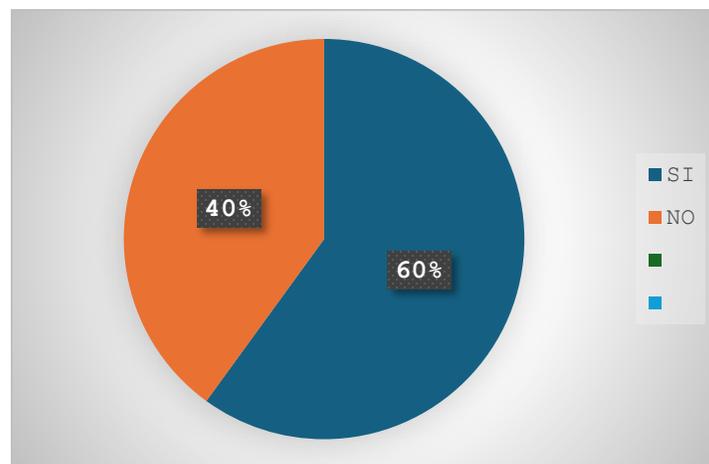


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

El 60% de la gente que considera que la educación sobre moda sostenible debería integrarse en programas escolares o universitarios destaca la importancia de formar a las futuras generaciones en prácticas de consumo responsable. Esta perspectiva sugiere que la educación puede desempeñar un papel clave en fomentar una mayor conciencia y responsabilidad ambiental en la industria de la moda.

Grafica 25

¿Consideras que la educación sobre moda sostenible debería incluirse en programas escolares o universitarios?



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de campo 2024

Recomendaciones para los consumidores

Revisar el contenido del armario de manera reflexiva es esencial para adoptar conscientemente las tendencias de moda. Al analizar las prendas, se pueden identificar cuáles son las más utilizadas, cuáles son menos frecuentes, cuáles son similares entre sí y cuáles representan el estilo personal. Además, es importante fomentar la creatividad en la elección de outfits puede llevar a aprovechar al máximo el armario con menos necesidad de nuevas adquisiciones. Según Alejandra Gougy, una diseñadora de moda sostenible, conocer en detalle el vestuario de las personas es el punto de partida para tomar decisiones como reciclar, donar o vender prendas que ya no se utilizan.

Se sugiere escoger prendas que hayan tenido la implementación de un sistema circular de producción en lugar de uno lineal, lo cual implica evitar el uso de sustancias peligrosas en la elaboración de prendas y reducir la cantidad de materiales que generan la liberación de microfibras. Asimismo, es importante incrementar la resistencia de la ropa para disminuir la obsolescencia y la necesidad de reemplazar constantemente las prendas.

Para consumir de forma consciente en la industria de la moda rápida, es importante tomar decisiones de compras informadas y reflexivas. Esto implica considerar el impacto ambiental y social de las prendas que adquirimos, así como la calidad y durabilidad de los materiales. Algunas formas de llevar a cabo este tipo de consumo incluyen investigar las prácticas de las marcas en cuanto a sostenibilidad y ética laboral, elegir marcas que usen materiales sostenibles, comprar menos, pero de mejor calidad, dar una segunda vida a la ropa a través de su intercambio o donación, y priorizar prendas clásicas y versátiles. Al adoptar estas prácticas, contribuimos a un ambiente más sostenible y ético en la industria de la moda.

1. Comprar ropa de segunda mano: Visitar tiendas de segunda mano, mercadillos o webs de venta de ropa usada puede ser una excelente manera de consumir moda de forma más sostenible.

2. Optar por marcas sostenibles: Buscar marcas que se comprometan con prácticas éticas y sostenibles en la producción de su ropa puede ser una buena forma de reducir el consumo de fast fashion.

3. Reparar y reutilizar la ropa: En lugar de desechar prendas que ya no nos gusten o que estén en mal estado, podemos tratar de repararlas o transformarlas para darles una segunda vida.

4. Comprar menos y elegir mejor: Antes de hacer una compra impulsiva, es importante reflexionar sobre si realmente necesitamos esa prenda y si vamos a

darle un buen uso. Optar por comprar menos, pero de mejor calidad, puede ayudarnos a consumir de forma más consciente.

5. Apostar por la moda minimalista: Adoptar un estilo de vida minimalista puede ayudarnos a reducir la cantidad de ropa que tenemos y a centrarnos en prendas versátiles y duraderas que realmente nos hagan sentir bien.

6. Cuidar y lavar la ropa correctamente: Siguiendo las instrucciones de cuidado de nuestras prendas podemos prolongar su vida útil y reducir la necesidad de comprar ropa nueva con tanta frecuencia.

El consumidor de fast fashion puede considerarse en cierta medida culpable de contribuir a los problemas sociales y ambientales asociados con esta industria. Al comprar ropa de forma constante y desechando prendas fácilmente, se fomenta la producción masiva, el uso de materiales poco sostenibles, la explotación laboral y el impacto negativo en el medio ambiente.

Sin embargo, también es importante reconocer que muchas veces los consumidores no están conscientes de estas problemáticas, o no tienen la información suficiente para tomar decisiones más responsables en sus compras. Por lo tanto, es importante educar a los consumidores sobre los impactos de la industria de la moda y brindar alternativas más sostenibles y éticas.

Otras recomendaciones son:

1. Conciencia sobre el impacto ambiental: Es importante educar a los consumidores sobre el impacto negativo que la industria de la moda rápida tiene en el medio ambiente, como la sobreexplotación de recursos naturales, la contaminación del agua y la generación de desechos textiles.

2. Conciencia sobre las condiciones laborales: Los consumidores deben ser conscientes de las condiciones laborales precarias en las que trabajan muchas

personas en la industria de la moda rápida, incluyendo bajos salarios, largas jornadas laborales y falta de derechos laborales.

3. Fomento de la moda sostenible: Se debe educar a los consumidores sobre la importancia de elegir marcas y prendas de vestir que sigan prácticas sostenibles en su producción, como el uso de materiales reciclados, la transparencia en la cadena de suministro y el respeto por los derechos laborales.

4. Promoción de un consumo responsable: Es fundamental enseñar a los consumidores a comprar de manera consciente, evitando la compra compulsiva de prendas de vestir que no necesitan y optando por productos de calidad que duren más tiempo.

5. Apoyo a la economía local: Se debe promover el apoyo a marcas locales y pequeños comercios que producen de manera ética y sostenible, en lugar de optar por marcas de moda rápida que tienen un impacto negativo en el medio ambiente y en las comunidades locales.

Dada la importancia del tema en la situación actual, se invita a la comunidad a tomar conciencia y actuar. Es fundamental investigar, preguntar, informarse y defender para ser agentes de cambio. Es necesario reducir nuestra huella ecológica con acciones diarias y contribuir en la producción de literatura académica sobre el fast fashion, desde un enfoque ambiental y holístico.

Se han implementado diversas iniciativas que intentan integrar un enfoque holístico en la industria textil desde diferentes perspectivas. No obstante, es crucial examinar el historial de estas empresas, ya que muchas han tenido que cesar sus operaciones debido a problemas como la escasez de fondos y las crisis económicas que llevan a los consumidores a priorizar precios bajos sin considerar el impacto en el medio ambiente.

Sería adecuado crear y poner en práctica estrategias enfocadas en educar a los consumidores, dando más poder de decisión y promoviendo un cambio en sus hábitos hacia prácticas más sostenibles.

CONCLUSIONES

Una vez que el lector comprende cómo opera la moda rápida, y los efectos negativos que conlleva, puede reconocer de manera sencilla los desafíos que enfrenta la industria. Estos desafíos pueden resumirse en seis aspectos principales: manejo del agua, consumo de energía y emisiones de carbono, uso de sustancias químicas peligrosas, manejo de desechos, condiciones laborales e innovación en el sector. Es esencial examinar detalladamente la cadena de suministro para generar estrategias efectivas que reflejen un compromiso genuino con el medio ambiente y tomar decisiones basadas en información precisa.

Es crucial que como sociedad entendamos que es nuestra tarea buscar soluciones sostenibles para detener esta práctica que está dañando cada vez más el medio ambiente. La industria de la moda se basa en los consumidores, por lo tanto, los compradores tienen el poder de cambiar sus hábitos de consumo y adoptar prácticas más responsables. De esta manera, se puede motivar a la industria textil y de la moda a seguir el camino hacia la sustentabilidad. Se trata de poner énfasis en la posibilidad de utilizar un servicio en lugar de poseer un bien o producto, ya que la ropa y la moda reflejan a la persona y su cultura. En una sociedad, acostumbrada al cambio, las nuevas generaciones tienen acceso a información que les permite seleccionar de manera crítica productos y servicios que tengan un impacto positivo en sus vidas y en las de los demás.

En conclusión, el fast fashion es un fenómeno que ha transformado la industria de la moda en las últimas décadas, ofreciendo a los consumidores prendas asequibles y en tendencia con una rotación constante de productos. Sin embargo, este modelo de negocio ha generado impactos negativos en términos de sostenibilidad, ética laboral y calidad de los productos.

Es crucial que tanto las empresas como los consumidores tomen conciencia de estos efectos y trabajen juntos para implementar prácticas más sustentables y responsables en la industria de la moda. Se deben promover la transparencia en la cadena de suministro, la reducción del consumo desmedido y la valoración de la calidad sobre la cantidad. Solo a través de un cambio de paradigma hacia una moda más sostenible y ética, se puede garantizar un futuro viable para la industria y para el planeta.

Se puede observar que, aunque no hay una definición universalmente aceptada para el concepto de fast fashion y es difícil de definir, la mayoría de los autores coinciden en que se trata de un fenómeno que no surge de forma natural en los sistemas socio ecológico, social, económico y ambiental. Estos sistemas son complejos y trabajan juntos para adaptarse a las perturbaciones.

Este fenómeno impacta al sistema social con la falta de empleos dignos, condiciones laborales precarias y explotación, la falta de seguridad industrial, debilita las economías con la inflación aparente del poder adquisitivo, y tiene un impacto ambiental negativo en toda la cadena de suministro de la industria textil. Esto incluye el uso de terrenos extensos para el cultivo de algodón, el uso de pesticidas, la degradación del suelo, la utilización de tinturas dañinas, la demanda energética para los procesos y la generación de residuos. El fast fashion se caracteriza por sus patrones de producción y consumo insostenibles, por lo que es crucial exigir un cambio de comportamiento en la sociedad.

Factores como la cantidad de prendas producidas en México el uso de los recursos naturales y la emisión de gases generados en el 2023, tendrá un impacto ambiental negativo significativo, debido a la generación de residuos textiles, contaminación del agua y emisiones de gases de efecto invernadero.

En conclusión, a lo largo de esta tesina se ha corroborado que: los factores analizados, como la cantidad de prendas producidas en México, el uso intensivo de recursos naturales y la emisión de gases en 2023, han generado un impacto ambiental negativo significativo. Los datos obtenidos confirman que la producción de textiles contribuyó de manera considerable a la generación de residuos, la contaminación de cuerpos de agua debido al uso de químicos en el proceso de manufactura, y al aumento en las emisiones de gases de efecto invernadero, exacerbando el cambio climático.

Este análisis subraya la urgente necesidad de implementar prácticas más sostenibles en la industria de la moda, así como políticas de regulación que mitiguen estos efectos adversos y promuevan una transición hacia una producción más responsable y respetuosa con el medio ambiente.

VARIABLES DEPENDIENTES

- 1) Contaminación del agua: Medir el nivel de contaminantes químicos, como productos químicos tóxicos y colorantes, liberados en los cuerpos de agua debido a los procesos de producción y descarga de residuos de la industria de la moda rápida.
- 2) Contaminación del aire: valorar las emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes atmosféricos provenientes de las fábricas textiles y de la logística de transporte asociada al fast fashion.
- 3) Generación de residuos: Dimensionar la cantidad de desechos sólidos generados por la producción y el descarte de prendas de vestir de moda rápida, incluyendo el desecho de ropa no vendida y los materiales desperdiciados durante la producción.

VARIABLES INDEPENDIENTES

- 1) Cantidad de prendas de fast fashion producidas en México en 2023
- 2) Uso de recursos naturales para la producción de prendas de fast fashion.
- 3) Emisiones de gases de efecto invernadero generadas por la producción de prendas de fast fashion

La producción y consumo desenfrenado de moda rápida en México está teniendo un impacto ambiental negativo significativo en el país. La contaminación del aire, el agua y el suelo, la deforestación y la generación de desechos textiles son solo algunas de las consecuencias negativas de esta industria. Es necesario que las empresas de moda rápida adopten prácticas más sostenibles y responsables, así como que los consumidores opten por opciones más conscientes y éticas para reducir el impacto ambiental en el país. La colaboración entre la industria, el gobierno y la sociedad civil es fundamental para abordar este problema y trabajar hacia un futuro más sostenible para todos.

La sostenibilidad en la industria de la moda rápida en México es un desafío importante, pero existen varias medidas que las marcas pueden tomar para mejorar su impacto ambiental y social. Algunas posibles iniciativas de sostenibilidad en el fast fashion en México podrían incluir:

1. Uso de materiales sostenibles: Las marcas pueden optar por utilizar materiales orgánicos, reciclados o de origen sostenible en la producción de sus prendas. Esto puede ayudar a reducir el impacto ambiental de la industria textil y promover prácticas más responsables.

2. Mejora de las condiciones laborales: Las marcas pueden trabajar para garantizar condiciones laborales justas y seguras para los trabajadores de la cadena de suministro de la moda rápida en México. Esto incluye el cumplimiento de los estándares laborales internacionales y la promoción de la equidad de género en el lugar de trabajo.

3. Reducción de residuos y desperdicio: Las marcas pueden implementar medidas para reducir el desperdicio de materiales y la generación de residuos en el proceso de producción y distribución de sus prendas. Esto puede incluir la implementación de programas de reciclaje y la adopción de prácticas de producción más eficientes.

4. Educación y concientización: Las marcas pueden educar a los consumidores sobre la importancia de la moda sostenible y fomentar hábitos de consumo más conscientes. Esto puede incluir la promoción de la moda circular, la reparación de prendas y la compra de prendas de segunda mano

En general, la sostenibilidad en el fast fashion en México requiere un enfoque integral que abarque aspectos ambientales, sociales y económicos. Las marcas que priorizan la sostenibilidad pueden mejorar su reputación, atraer a un público más consciente y contribuir de manera positiva al medio ambiente y a la sociedad

Identificar los responsables de la insostenibilidad en la industria de la moda actual no es sencillo, ya que toda la sociedad forma parte de ella y, por tanto, todos tienen igual responsabilidad en contribuir a este problema.

Sobre las encuestas aplicadas, los resultados revelan varias tendencias clave en los hábitos de consumo de moda. La mayoría de los encuestados (73%) tiene una frecuencia de compra baja, realizando entre tres y seis compras al año, lo que sugiere que las compras de ropa son esporádicas para la mayoría. Sin embargo, el precio sigue siendo el principal factor determinante para el 74% de los encuestados, lo que indica una preferencia por opciones económicas, como el fast fashion. A pesar de que el 60% de los encuestados es consciente del impacto ambiental que genera esta industria, todavía existe un 40% que no tiene este conocimiento, lo que subraya la necesidad de aumentar los esfuerzos de educación y concientización sobre las consecuencias ambientales del fast fashion.

REFERENCIAS

-Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2006). Fast fashioning the supply chain: Shaping the research agenda. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 10(3), 259-271.

- Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (2010). Fast fashion: Response to changes in the fashion industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20(1)
- Ross, A. (2004). *Low Pay, High Profile: The Global Push for Fair Labor*. New Press.
- Bick, R., Halsey, E., & Ekenga, C. (2018). The global environmental injustice of fast fashion. *Environmental Health*, 17(1), 92.
- González, R. (2015). *Historia de la Industria Textil en México*. Editorial Universitaria.
- Gómez, R. (2015). *Historia de la industria textil en México*. Editorial Universitaria.
- Mendoza, S. (2020). Innovación Tecnológica en la Industria Textil Mexicana. *Tecnología y Sociedad*, 22(1), 123-137.
- Audaces. (s.f.). *Industria textil: 10 datos importantes que necesitas saber*. Recuperado el 8 de mayo de 2024, de <https://audaces.com/es/blog/industria-textil>
- Carrillo Fuentes, J. (2019). *Promoción de la economía circular en el sector moda y textil en México*. Centro Mexicano De Derecho Ambiental, A.C. Recuperado de https://www.cemda.org.mx/wp-content/uploads/2019/08/CEM_moda_publicaci%C3%B3n.pdf
- Inditex. (s.f.). *Zara*. [Sitio Web]. Arteixo. Quienes somos. Recuperado el 24 de abril de 2018, de <https://www.inditex.com/es/quienes-somos/nuestras-marcas/zara>
- Instituto de Investigaciones Económicas (IIEc), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). (s.f.). 2057. Recuperado el 8 de mayo de 2024, de <https://ru.iiec.unam.mx/2057/>
- McArthur, E. (2014). *Hacia la Economía Circular: Acelerando la expansión en las cadenas de suministro globales*. *Harvard Business Review*. DOI: 10.1037/0003-066X.59.1.29.
- MEHRJOO, Marzieh y PASEK, Zbigniew. *Impact of Product Variety on Supply Chain in Fast Fashion Apparel Industry*. En: *Procedia CIRP*. [ScienceDirect]. Ontario. Vol. 17. 2014. p. 296. [Consultado 4, febrero, 2018]. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827114003345>
- Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. ISBN 978-84-252-2606-9. Recuperado el 3 de febrero, 2018, de

<http://www.digitaliapublishing.com.ez.uamerica.edu.co/a/41355/moda-etica-para-un-futurosostenible>

-Alatorre, J. E. (2016). Cambio Climático: El Acuerdo de París y los ODS. Eventos. Santiago de Chile, p. 14. Recuperado el 14 de febrero de 2018, de https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/11._jose_eduardo_alatorre_sr_sept2016.pdf

-CLEMENTE, Y., & DELGADO, C. (2017, 16 de marzo). ¿Qué país tiene más tiendas de Zara? Así se reparten por el mundo las 7.292 tiendas de Inditex. El País. https://elpais.com/elpais/2017/03/14/media/1489510723_771857.html

-Inditex. (s.f.). Massimo Dutti. [Sitio Web]. La Coruña. Nuestras Marcas. Recuperado el 24 de abril de 2018, de <https://www.inditex.com/quienes-somos/nuestras-marcas/massimo-dutti>

-Inditex. (s.f.). Nuestras marcas. [Sitio Web]. La Coruña. Home. Recuperado el 24 de abril de 2018, de <https://www.inditex.com/es/home>

-Inditex. (s.f.). Programa 'For&From'. [Sitio Web]. La Coruña. Comprometidos con las personas. Recuperado el 22 de abril de 2018, de <https://www.inditex.com/comprometidos-con-laspersonas/apoyo-a-la-comunidad/programa-for-from>

-Inditex. (s.f.). Pull&Bear. [Sitio Web]. La Coruña. Nuestras Marcas. Recuperado el 24 de abril de 2018, de <https://www.inditex.com/quienes-somos/nuestras-marcas/pull-bear>

- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation (7th ed.). Pearson Education.

- Comoves UNAM. (s.f.). Moda Rápida: la industria que desviste al planeta. Recuperado de <https://www.comoves.unam.mx/numeros/articulo/257/moda-rapida-la-industria-que-desviste-al-planeta>

- DITTY, Sarah. It's time for a fashion revolution. Gales: White Paper, 2015. p. 6

- Fashion Revolution México. (s.f.). El impacto ambiental de la industria textil en México. Recuperado de: <https://www.fashionrevolution.org/es/country/mexico/>

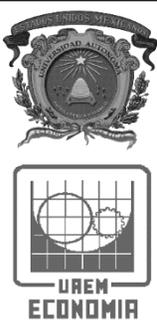
- Marea Blanca. (s.f.). Fast fashion en México y su impacto al planeta. Recuperado de <https://mareablanca.com.mx/blogs/noticias/fast-fashion-en-mexico-y-su-impacto-al-planeta>
- Martínez Alier, J. (2012). Desarrollo sostenible: Claves para una nueva forma de vida. Barcelona, España: Alianza Editorial.
- Naciones Unidas. (2019, abril 12). El costo ambiental de estar a la moda.
- ONU. (2016). Producción y consumo responsables: por qué son importantes. [Sitio Web]. Nueva York. Sustainable Development. p. 1. [Consultado 1, septiembre, 2017]. Archivo en PDF. Disponible en: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/wpcontent/uploads/sites/3/2016/10/12_Spanish_Why_it_Matters.pdf
- Real Estate Market. (s.f.). Grupo Inditex (Zara) llegó a México. Recuperado de <https://realestatemarket.com.mx/articulos/mercado-inmobiliario/comercial/13045-grupo-inditex-zara-llego-a-mexico#:~:text=El%20Grupo%20Inditex%20aterriz%C3%B3%20en,Zara%20en%20el%20a%C3%B1o%201992.>
- RIELLO, Giorgio. Breve historia de la moda: Desde la Edad Media hasta la actualidad. [Digitalia hispánica]. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012. p. 6. ISBN: 9788425228797. [Consultado 25, noviembre, 2017]. Disponible en: <https://www.digitaliapublishing.com/a/41264/breve-historia-de-lamoda---desde-la-edad-media-hasta-la-actualidad>
- Vogue. (2020). Sarah Ditty nos explica por qué la transparencia en la moda es más importante que nunca. Recuperado de: <https://www.vogue.es/moda/articulos/sarah-ditty-transparencia-moda-fashion-revolution-sostenibilidad-indice-2020>
- Sitio web: Situam (s.f.). ¿Cómo podemos evitar el fast fashion? Recuperado de https://situam.org.mx/prevencion/como-podemos-evitar-el-fast-fashion.html#google_vignette
- Tierra Madre. (s.f.). ¿Qué es el "slow fashion"? Recuperado de <https://www.tierramadre.org/moda-sostenible/que-es-slow-fashion/>
- TRUJILLO, Carlos. El sinsentido del "fast fashion" en Colombia. En: Semana Sostenible. [Sitio Web]. Bogotá. Opinión. 4, octubre, 2017. [Consultado 24,

- noviembre, 2017]. Disponible en: <http://sostenibilidad.semana.com/opinion/articulo/el-fast-fashion-no-tiene-sentido-en-colombia/38738>
- Vita, A. M. (2018, 28 marzo). El origen del «fast fashion». Cinco Días. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/03/09/extras/1520623961_292818.htm
- Federico Sabria. (2021). Cadena de suministros. Recuperado de https://www.ejemplode.com/64-administracion/3404-cadena_de_suministros.html
- Aero Safin. (s/f). Moda sostenible en México: marcas sobresalientes. Recuperado de <https://www.aerosafin.com/moda-sustentable-en-mexico-marcas-sobresalientes/>
- DE LA TORRIENTE, Eugenia. Estrenar ropa dura segundos. En: EL PAÍS. [Sitio Web]. Barcelona. Sociedad. 2, enero, 2008. [Consultado 4, febrero, 2018]. Disponible en: https://elpais.com/diario/2008/01/02/sociedad/1199228401_850215.html
- Trujillo, C. (Fecha de publicación). El sinsentido del "fast fashion". Título del periódico o revista, volumen (número), página. URL (si está disponible).
- Gobierno de México. (s.f.). Comisión Nacional del Agua. Recuperado el DD de MM de AAAA, de <https://www.gob.mx/conagua>
- Greenpeace México. (s.f.). Greenpeace México. Recuperado el 24 de noviembre de 2021, de <https://www.greenpeace.org/mexico/>
- Keane, L., & Te Velde, W. (2021). Industria textil: Desafíos y oportunidades en un mundo cambiante. *Revista de Economía Textil*, 10(2), 45-58.
- MÉNDEZ, J. S. (s.f.). Fundamentos de Economía para la sociedad del conocimiento. [Nombre del libro].
- Real Academia Española. (2021). Diccionario de la lengua española: "Moda". Recuperado de <https://dle.rae.es/moda>
- Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (2010). Fast fashion: Response to changes in the fashion industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20(1), 165-173.

-Joy, A., Sherry, J. F., Venkatesh, A., Wang, J., & Chan, R. (2012). Fast fashion, sustainability, and the ethical appeal of luxury brands. *Fashion Theory*, 16(3), 273-295.

Anexo 1

Encuesta



Estimado/a participante,

Se está realizando una investigación para una tesis sobre el impacto ambiental ocasionado en México en el año 2023 por la producción y consumo de fast fashion. Su participación en esta encuesta es fundamental para comprender mejor la percepción y comportamiento de los consumidores respecto a este tema. Sus respuestas serán confidenciales y se utilizarán únicamente con fines académicos.

Agradecemos su tiempo y colaboración.

Objetivo de la Encuesta:

Identificar y evaluar la percepción y el conocimiento de los consumidores en México sobre el fast fashion, con el fin de determinar la relación entre los patrones de consumo y las prácticas sostenibles en la industria textil.

Ciudad _____, Colonia, Fraccionamiento o Barrio _____ Folio _____

Edad _____ Sexo _____

Escolaridad _____

Instrucciones: conteste lo más certero posible.

1. ¿Con qué frecuencia compras ropa de marcas de fast fashion? (seleccionar Sólo una opción)
 - a) Cada ocho días ()
 - b) Cada 15 días ()
 - c) Cada 20 días ()
 - d) Cada mes ()
 - e) 6 veces por año ()

- f) 4 veces por año ()
- g) 3 veces por año ()

2. ¿Qué tan importante es para ti el precio al momento de comprar ropa?
 - a) Es muy importante ()
 - b) Poco importante ()
 - c) Me es indiferente ()
3. ¿Estás consciente del impacto ambiental que genera la producción de fast fashion?
 - a) Si ()
 - b) No ()
4. Señala las marcas que prefieres (seleccionar sólo una opción)
 - a) Zara, H&M etc... ()
 - b) Adidas, Nike ()
 - c) Forever 21, Mango ()
 - d) Puma, Under Armour ()
5. ¿Consideras que las marcas de fast fashion deberían ser más transparentes acerca de sus procesos de producción?
 - a) Si ()
 - b) No ()
6. ¿Sabes qué es la moda sostenible?
 - a) Si ()
 - b) No ()
7. ¿Prefieres comprar ropa de marcas sostenibles aunque sean más caras?
 - a) Si ()
 - b) No ()
8. ¿Qué tan informado(a) te sientes sobre las condiciones laborales en la industria del fast fashion?
 - a) No tengo información ()
 - b) Si, estoy informado ()
 - c) Comenta lo que sabes_

9. ¿Tienes algún hábito para reciclar o donar la ropa que ya no usas? (Contestar sólo una opción)
 - a) La tiro a la basura ()
 - b) La regalo ()
 - c) La vendo ()
 - d) La reparo ()
10. ¿Cuánto tiempo sueles usar la ropa que compras antes de desecharla?

11. ¿Has dejado de comprar alguna marca debido a sus prácticas ambientales o laborales?

a) Si ()

b) No ()

12. ¿Crees que el gobierno debería regular más estrictamente la industria del fast fashion en México?

a) Si ()

b) No ()

c) Comente _____

13. ¿Estás dispuesto(a) a pagar más por ropa que se produzca de manera sostenible?

a) Si ()

b) No ()

14. ¿Sueles investigar la procedencia de la ropa antes de comprarla?

a) Si ()

b) No ()

15. ¿Qué factores te motivan a comprar ropa de fast fashion (Contestar sólo una opción)

a) Diseño ()

b) precio ()

c) Disponibilidad ()

d) Moda ()

16. ¿Te sientes influenciado(a) por las tendencias de la moda al momento de comprar ropa?

a) Si ()

b) No ()

17. ¿Consideras que el fast fashion contribuye al problema de la contaminación en México?

a) Si ()

b) No ()

18. ¿Qué tan dispuesto(a) estás a reducir tu consumo de ropa de fast fashion para minimizar tu impacto ambiental?

a) Si ()

b) No ()

19. ¿Alguna vez has participado en campañas o movimientos contra el fast fashion?

a) Si ()

b) No ()

20. ¿Consideras que la educación sobre moda sostenible debería incluirse en programas escolares o universitarios?

a) Si ()

b) No ()

Muchas gracias por su participación

Anexo 2

Glosario

-Anglosajones: Quien tiene procedencia o ancestros de Inglaterra y habla el idioma inglés.

-Biodiversidad: La biodiversidad se refiere a la variedad de seres vivos que habitan en un ecosistema, incluyendo plantas, animales, hongos y microorganismos. Esta diversidad biológica es fundamental para el equilibrio de los ecosistemas y para la salud del planeta en general, ya que cada especie cumple un papel importante en el funcionamiento de los ecosistemas. La biodiversidad es crucial para garantizar la resiliencia de los ecosistemas ante cambios ambientales y para mantener la estabilidad de los servicios ecosistémicos que sustentan la vida en la Tierra.

-Cadena de suministro: Una cadena de suministro es un sistema que abarca todas las etapas involucradas en la transformación de materias primas en productos terminados, desde la adquisición de materias primas, pasando por la producción, distribución y llegando al consumidor final. Incluye todos los procesos de planificación, gestión y control de los flujos de productos, información y servicios a lo largo de todo el proceso.

-CEMDA: La CEMDA es la sigla de "Centro Mexicano de Derecho Ambiental", una organización fundada en 1990 que tiene como objetivo principal promover la protección y el cuidado del medio ambiente a través del desarrollo e implementación de políticas públicas, así como de la participación ciudadana en la toma de decisiones relacionadas con temas ambientales en México. La CEMDA trabaja en conjunto con diferentes sectores de la sociedad, incluyendo el gobierno, la academia, el sector empresarial y organizaciones no gubernamentales, para lograr un desarrollo sostenible y la conservación de los recursos naturales.

-Comunicación digital: La comunicación digital se refiere al uso de tecnologías digitales para transmitir información y mensajes a través de diversos medios, como internet, correo electrónico, redes sociales, aplicaciones de mensajería y otros canales online.

-Consumismo: Concepto sociológico que se refiere a la tendencia de las personas a adquirir bienes materiales y productos de manera excesiva, con el objetivo de satisfacer sus necesidades o deseos personales. Esta práctica se basa en la idea de que la felicidad y el bienestar están relacionados con la posesión y el consumo de bienes y servicios, y promueve una cultura de consumo desenfrenado.

-Democratizado: Es un término que se refiere al proceso de hacer que algo esté disponible o accesible para un mayor número de personas, especialmente en relación con la participación en la toma de decisiones o el acceso a ciertos recursos o servicios. En el ámbito político, puede referirse a la ampliación de la participación democrática de la población en la toma de decisiones políticas.

-Diseño iterativo: es un proceso flexible y colaborativo que permite a los equipos de desarrollo de productos o servicios adaptarse y mejorar constantemente en respuesta a las necesidades de los usuarios. Al iterar continuamente a lo largo del ciclo de diseño, se logra un producto final más efectivo y satisfactorio para los clientes.

-Efecto invernadero: Fenómeno natural que ocurre cuando determinados gases en la atmósfera, como el dióxido de carbono y el metano, atrapan parte de la radiación solar que llega a la Tierra y lo retienen, calentando así la superficie del planeta. Este fenómeno tiene consecuencias negativas para el clima, el medio ambiente y la biodiversidad, y puede causar eventos extremos como sequías, inundaciones y tormentas más intensas.

-Globalización: Es el proceso de interconexión e interdependencia entre los diferentes países y regiones del mundo a nivel económico, político, cultural y social. Implica la integración de los mercados financieros, la circulación de bienes, servicios, tecnologías y personas a nivel mundial, así como la difusión de valores, ideas y culturas entre diferentes sociedades.

-Homogeneización: Se refiere al proceso de hacer que algo sea uniforme o consistente en todas sus partes.

-Liberalización de mercados: Se refiere al proceso de eliminación de barreras, restricciones y regulaciones que limitan la competencia en un determinado sector económico, permitiendo la entrada de nuevos competidores y fomentando la libre oferta y demanda de bienes y servicios.

-Influencer: Un influencer es una persona con una gran cantidad de seguidores en redes sociales que tiene la capacidad de influir en las decisiones de compra y opiniones de sus seguidores. Los influencers suelen ser expertos en un tema en particular y utilizan su plataforma para promocionar productos y servicios a cambio de una compensación económica o en especie.

-Micro plástico: Son pequeñas partículas de plástico que tienen un tamaño inferior a 5 milímetros. Estos pueden ser el resultado de la fragmentación de plásticos más grandes debido a la acción del sol, el viento y el agua, o pueden ser microplásticos manufacturados que son utilizados en productos como cosméticos, productos de limpieza y textiles.

-Producción masiva: Método de fabricación en el que se producen grandes cantidades de un mismo producto de manera rápida y eficiente. Este tipo de producción se caracteriza por la estandarización de los procesos, el uso de maquinaria especializada y la optimización de los recursos para maximizar la productividad.

-Slow fashion: Es un movimiento que promueve la fabricación, compra y uso de prendas de vestir de manera ética, sostenible y duradera. Se opone al modelo de fast fashion, que se caracteriza por la producción masiva y rápida de ropa a bajo costo, incentivando el consumismo y generando un impacto negativo en el medio ambiente y en las condiciones de trabajo de los empleados de la industria textil.

-Sostenibilidad: Se refiere a la capacidad de un sistema o proceso para mantenerse en equilibrio y funcionar de manera continua a lo largo del tiempo, sin comprometer los recursos naturales o causar daños al medio ambiente. Esto implica tomar decisiones y acciones que tengan en cuenta las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades

-TLCAN: Tratado de Libre Comercio de América del Norte, es un acuerdo comercial entre los países de América del Norte: Estados Unidos, Canadá y México.

-Upcycling: Es un proceso en el que se transforman productos o materiales considerados desechos en productos nuevos, de mayor valor y calidad. En lugar de desecharlos, se les da una segunda vida y se les da un uso creativo y funcional.