



En el panorama global, los gobiernos, las industrias y diferentes organizaciones no gubernamentales están orientando sus políticas y objetivos hacia la sostenibilidad del mundo actual desde todos los pilares que mueven a cada sociedad. De esta manera, constantemente surgen propuestas e innovaciones que, aparentemente, brindan soluciones certeras a los problemas y demandas del mercado, tales como modelos de economía circular, trabajos en comunidad y tecnologías que contribuyen al desarrollo de productos amigables con el medio ambiente. En el caso de la industria del vestuario, por ejemplo, marcas masivas a nivel global como H&M y Adidas presentan avances hacia una moda sostenible, marcando una pauta para las empresas del sector.

Actualmente, han surgido en el país, varias marcas locales sostenibles que atienden un mercado de nicho consciente del impacto de lo que consume. Sin embargo, estas marcas no cuentan con una amplia oferta de estilos y precios. Por consiguiente, no pueden competir contra grandes multinacionales o modelos fast fashion en los cuales los consumidores encuentran una gran variedad de productos a precios asequibles. Esta situación perpetúa modelos de producción poco sostenibles y que, además, no se extienden a otros segmentos del mercado

Serie es un proyecto que, a través de la identificación y el análisis de las lógicas de consumo de vestuario en Medellín, busca proponer una herramienta que fomente la producción y consumo de vestuario de manera más responsable, considerando las necesidades y dinámicas de compra de los sectores del mercado que se han mantenido al margen de esta tendencia hasta ahora.

Teniendo en cuenta que por mucho tiempo se ha hablado del impacto negativo de la industria del vestuario en el ambiente y en el sector laboral, debido a la enorme huella de carbono, la gran cantidad de desechos y el abuso generalizado de derechos humanos que esta industria ha provocado (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [UNDP],2019). Surge también, el concepto de moda sostenible que tiene en cuenta el coste económico, social y medioambiental que conlleva la producción de la moda (Henninger E., Alevizou J., y Oates J., 2016). en la cual se habla de modelos de economía circular y Slow Fashion, que pretende darle la máxima calidad a los productos para que perduren en el tiempo y luego reingresen a la economía para no terminar en desechos (Ellen MacArthur Foundation, 2017)

En la ciudad de Medellín, la oferta de moda sostenible es incipiente y la mayoría de las

industrias de producción masiva de este sector trabajan al margen del concepto de sostenibilidad entendido más allá de lo social, lo ambiental y lo económico, como una responsabilidad ecosistémica. Desde esta perspectiva, se hace evidente el poder de las industrias para generar un cambio en la sociedad

Medellín ha sido uno de los epicentros de la moda en Latinoamérica, con una importante

participación de la industria textil en el comercio nacional que se abre camino hacia lo global y ha sido anfitriona de eventos como Colombiamoda y Colombiatex que en su última

versión abordó La ruta de la Sostenibilidad, como uno de los aspectos principales en materia de desarrollo textil y de vestuario.(Inexmoda,2020) Pero hasta el momento estos hallazgos se presentan como innovaciones y aún no están generalizadas en el mercado, por lo que todavía existe un camino por recorrer para que la sostenibilidad se implante como principio productivo en la industria del vestuario. Si cada vez, más industrias grandes se suman a esta iniciativa el cambio será más rápido.

Es por esto que el trabajo va enfocado industrias de ropa casual de la ciudad de Medellín,

que no tengan como principio productivo la sostenibilidad y que están consolidadas en el

mercado por la variedad y la accesibilidad de sus productos, dado que este universo de vestuario abarca un gran rango de prendas para uso cotidiano.

surge un interés investigativo que dé respuesta a esta necesidad y se plantea como pregunta de la investigación ¿Cómo fomentar en las industrias de ropa casual de la ciudad de Medellín la producción sostenible?

De esta manera se abordan los siguientes objetivos específicos:

- Analizar los canales de recepción de la información sobre producción de moda sostenible

y los emprendimientos de moda y sectores de la población pioneros en asimilar esta tendencia en Medellín.

- Identificar las prácticas sostenibles vigentes en la industria de la moda en Medellín.

- identificar los diferentes segmentos del mercado de ropa sostenible en la ciudad de Medellín

- Evaluar la disposición de las industrias de ropa casual de Medellín, para aplicar nuevas

metodologías de producción más sostenibles.

Al realizar una cartografía sobre las dinámicas de compra del consumidor se encontró un desconocimiento generalizado frente al tema de la sostenibilidad en la moda, el consumidor regular compra en marcas fast fashion y también en reconocidas marcas locales como Gef y Arturo Calle pero que no son consideradas sostenibles.También se encontró que una pequeña parte de los consumidores se

frustra por no encontrar en las etiquetas información relevante de su producto, tal como: el origen de la prenda, materiales y recursos utilizados, manufactura, qué hacer con ella cuando ya no la use más.

A partir de esto se propone como herramienta para fomentar la producción y el consumo de vestuario de manera responsable en Medellín, una plataforma digital que contenga las marcas de vestuario sostenibles disponibles en Medellín con unos indicadores claros e información transparente que le permitan al usuario tomar una decisión de compra consciente, asimismo que le permita a las marcas generar alianzas para fortalecer e impulsar una comunidad sostenible

## Referencias

Brundtland G. H. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. (UN Documents: Gathering a Body of Global Agreement). Recuperado de <https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>

Ellen MacArthur Foundation. (2017). A new textiles economy: redesigning fashion's future. Recuperado de [https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy\\_Full-Report.pdf](https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf)

Henninger E., C., Alevizou J., P., y Oates J., C. (2016). What is sustainable fashion? *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 20(4), 400-416. <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2015-0052>

Inexmoda. (2020). Colombiatex 2020: evidenció a la Sostenibilidad como un pilar de crecimiento de los negocios del futuro. Recuperado de <http://www.saladeprensainexmoda.com/colombiatex-2020-evidencio-a-la-sostenibilidad-como-un-pilar-de-crecimiento-de-los-negocios-del-futuro/>

ONU (2015). 17 Objetivos Mundiales del desarrollo sostenible. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2019). Seis cosas que no sabías acerca del verdadero costo de la moda rápida. Recuperado 19 de diciembre 2019 a partir de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/blog/2019/six-things-you-didn-t-know-about-the-true-cost-of-fast-fashion.html>

