



JULIO 2022

Enfoka-Trends

Los retos de la Slow Fashion

Los retos de la Slow Fashion

El modelo de consumo vigente nos arrastra hacia una forma de entender la moda como algo fugaz y transitorio. Es precisamente esta sensación de prontitud la que nos empuja a adquirir prendas de forma compulsiva.

En 2008, una profesora de la Universidad de las Artes de Londres llamada Kate Fletcher, acuñó el concepto de Slow Fashion (seguramente sin saber la gran influencia que tendría su aportación al mundo de la moda). Con este término, la activista inspiradora, buscaba resaltar la importancia de aunar moda y diseño con sostenibilidad y ética del trabajo. Hoy ese concepto ha dado la vuelta al mundo impregnando las conciencias de diseñadores y artistas del ámbito de la moda.

Por su parte las nuevas generaciones tienen un vocabulario alrededor de la moda que sus predecesores no usaban. Términos como slow fashion, un enfoque de la moda en el que se tienen en cuenta los procesos y recursos necesarios para fabricar la ropa respetando el entorno, moda circular, prendas que se utilizan durante el mayor tiempo posible, a través de la reutilización y el reciclaje, o upcycling, aprovechar productos, residuos o materiales de desecho con el objetivo de fabricar nuevos productos o materiales de mayor calidad, eran completos desconocidos hace unos años, pero ya forman parte del lenguaje de muchos consumidores y cada vez más marcas.

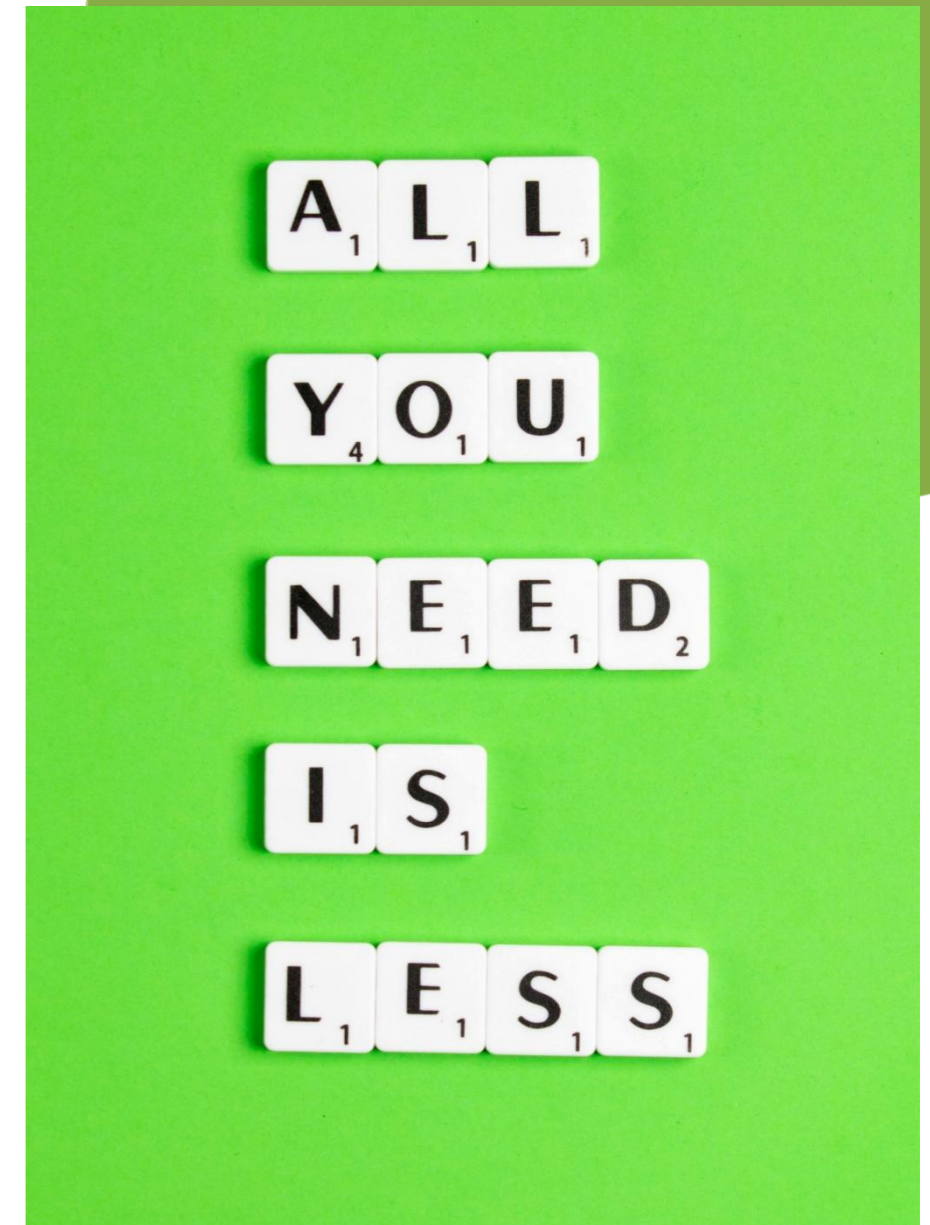


Foto de [Edward Howell](#) en [Unsplash](#)

Los retos de la Slow Fashion

También la industria empieza a concienciarse poco a poco. Según una encuesta realizada en julio de 2020 entre las empresas del sector de la moda, la sostenibilidad fue identificada como la principal tendencia dentro del negocio en España (para el 73%), y la slow fashion se situó en segunda posición con aproximadamente el 35% de las respuestas. No es de extrañar, teniendo en cuenta que la propia legislación ha empezado a adoptar medidas en este sentido. En marzo, por ejemplo, la Unión Europea puso en marcha una serie de medidas energéticas dentro del Pacto Verde Europeo para limitar la moda rápida a través de propuestas para hacer que las prendas confeccionadas en el territorio sean más duraderas, reutilizables, reparables y reciclables.

La slow fashion es lo contrario de la moda rápida. Abarca una conciencia y un enfoque de la moda que tiene en cuenta los procesos y los recursos necesarios para fabricar la ropa. Aboga por la compra de prendas de mejor calidad que duren más tiempo, y valora el trato justo de las personas, los animales y el planeta a lo largo del proceso.

Esta tendencia se opone al modelo de moda rápida que surgió hace unos 20 años, en el que la ropa se abarató y los ciclos de las tendencias se aceleraron. Algunas marcas muy conocidas quemaron muchas toneladas de prendas no vendidas al año, a pesar de los continuos esfuerzos de sostenibilidad para cerrar el círculo de la moda, está claro que esta filosofía es una parte necesaria del movimiento en su conjunto.

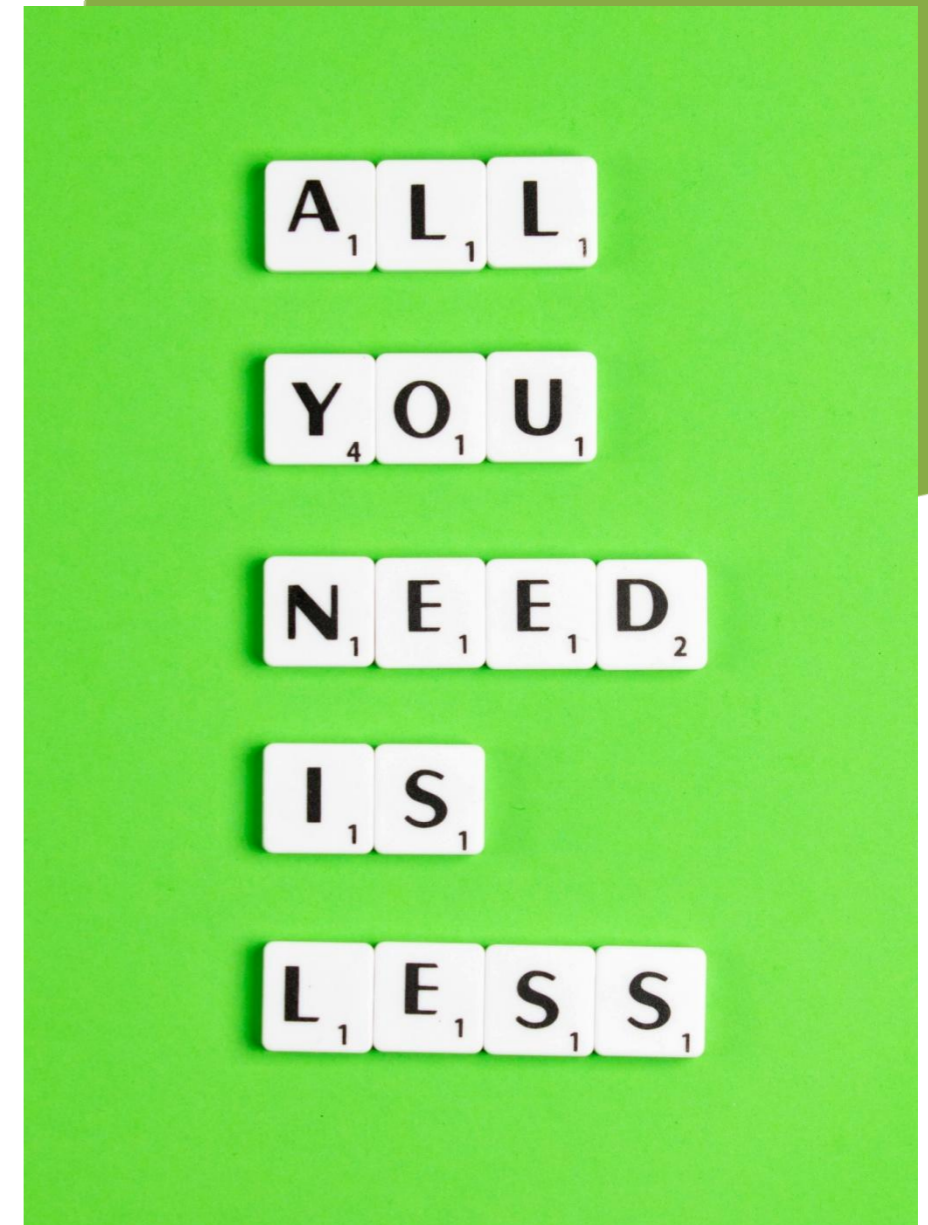


Foto de [Edward Howell](#) en [Unsplash](#)



Los retos de la Slow Fashion

La slow fashion de hoy en día pide recuperar viejas costumbres. En primer lugar, nos pide que demos un paso atrás y decidamos si realmente necesitamos algo nuevo, o si podemos buscar en nuestro armario alguna pieza olvidada que quizá sólo necesite una pequeña reparación. Primar la calidad sobre la cantidad.

Esta tendencia ha recibido un apoyo creciente en los últimos años, ya que los consumidores exigen normas éticas y de sostenibilidad más estrictas. El 19% de las principales búsquedas relacionadas con la slow fashion están relacionadas con el medio ambiente, la ética y la sostenibilidad. A medida que aumenta la concienciación y la popularidad, el planeta y todos sus habitantes están llamados a beneficiarse de este enfoque más lento y considerado de la moda.

Este proceso llevó al nacimiento del Fashion Pact, un compromiso de las empresas líderes de la moda y estilo de vida con la sustentabilidad ambiental en el que las empresas firmantes unen sus fuerzas para establecer objetivos prácticos y tangibles para reducir el impacto ambiental de la industria. Entre ellas podemos destacar a Hermès, Gucci, Prada, Chanel, Nike, Adidas, Ermenegildo Zegna, Burberry, Salvatore Ferragamo, Giorgio Armani, Karl Lagerfeld, los grupos como Kering (Saint Laurent, McQueen, Stella McCartney, Balenciaga), H&M Group, Inditex (la casa que lleva Zara, Massimo Dutti) Fung Group (Kenneth Cole), PVH (Calvin Klein, Tommy Hilfiger) Capri (Versace, Michael Kors, Jimmy Choo) y Nordstrom, entre las más de 140 marcas que representan las compañías y grupos del acuerdo.

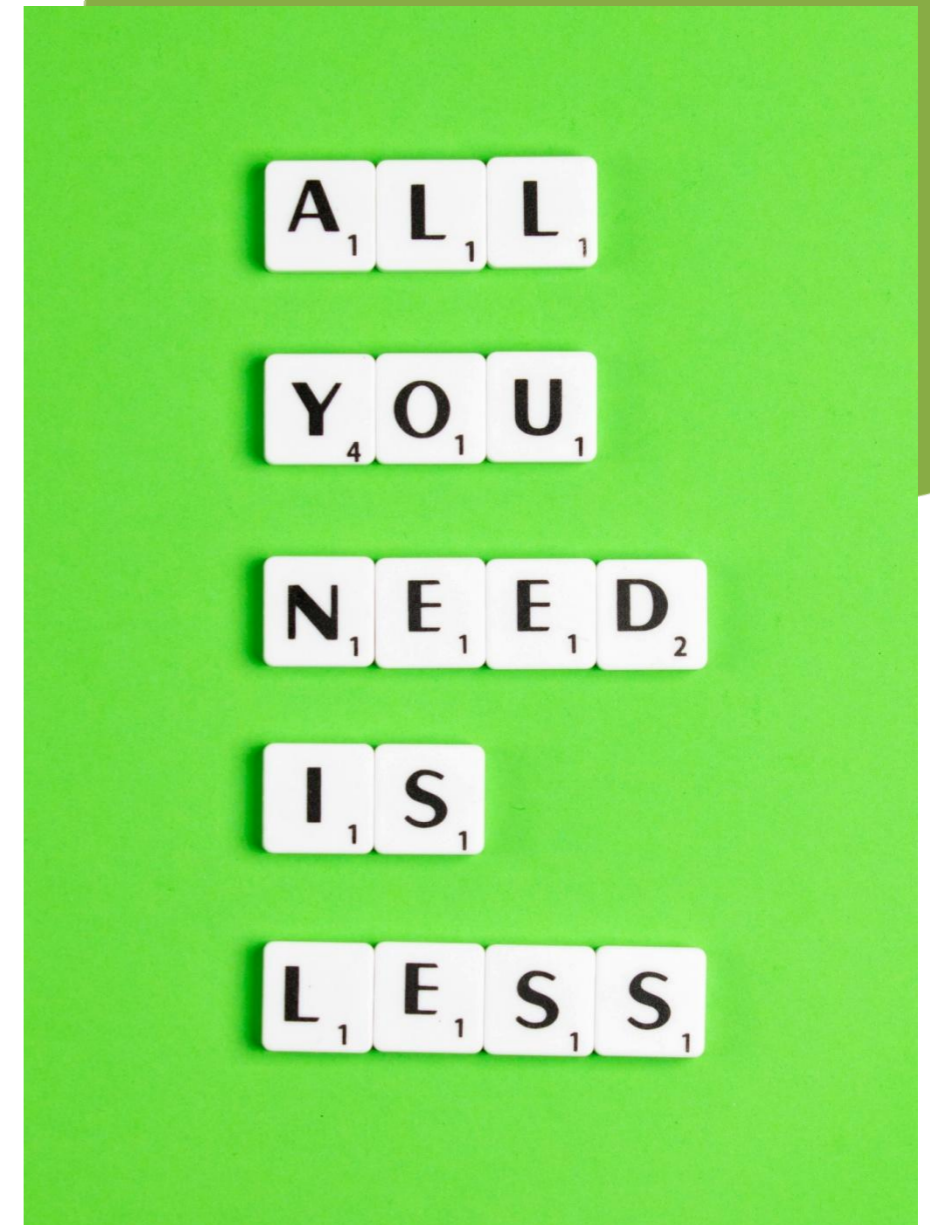


Foto de [Edward Howell](#) en [Unsplash](#)



Los retos de la Slow Fashion

Las principales características de una marca de slow fashion son:

- Se fabrica con materiales sostenibles de alta calidad, no contaminantes y libres de plásticos, evitando así tinturas y otros acabados que puedan ser tóxicos como el lino o el algodón ecológico
- Las prendas son más atemporales que modernas
- Suelen venderse en pequeñas tiendas (locales) en lugar de en grandes cadenas.
- Prendas de origen, producción y venta local y en todo este proceso con utilización de mano de obra ética, es decir respetando los derechos de los trabajadores.
- Pocos estilos específicos por colección, que se lanzan dos o máximo tres veces al año, o una colección permanente sin temporada
- A menudo se fabrican por encargo para reducir la producción innecesaria.
- Se debe valorar la cantidad de energía que se ha consumido para llevar a cabo una prenda. El proceso de producción suele ser uno de los más contaminantes y es importante reducir tanto su huella de carbono como la cantidad de desechos generados.

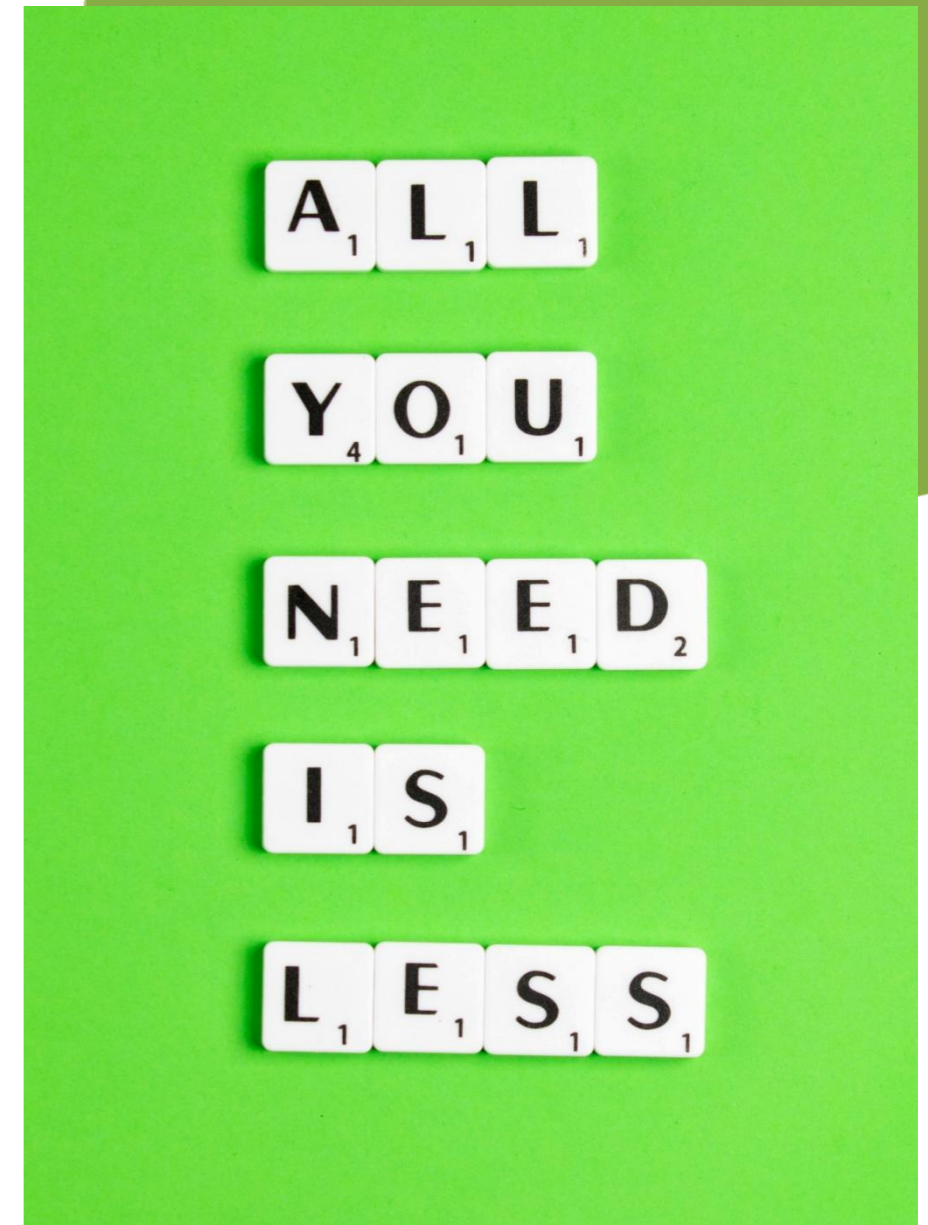


Foto de [Edward Howell](#) en [Unsplash](#)

Los retos de la Slow Fashion

Crear una marca slow fashion, es una opción que muchos diseñadores y modistas han estado barajando, no es un secreto que la industria está cambiando para bien y que este tipo de estilo de vida es una apuesta interesante.

Una marca de ropa sostenible es aquella que genere un impacto positivo al medio ambiente, pensando en las condiciones laborales, cuidado de las piezas y el uso de los materiales. En este sentido, si quieres incursionar en este mundo y convertirte en un comercio slow fashion, debe no solo comercializar marcas que cumplan con las características del slow fashion si no que además debe entender que su modelo de negocio debe ser local lejos del modelo de cadenas con sucursales por todo el mundo.

Una marca sostenible es aquella que consigue posicionarse en la mente del consumidor como un aporte al mundo y la sociedad que contribuye a un estilo de vida enfocado en la sostenibilidad y que usa los recursos del planeta de forma justa. Tiene ventajas y desventajas, por lo que es importante que si quieres iniciar tu propia marca slow fashion las tomes en cuenta.

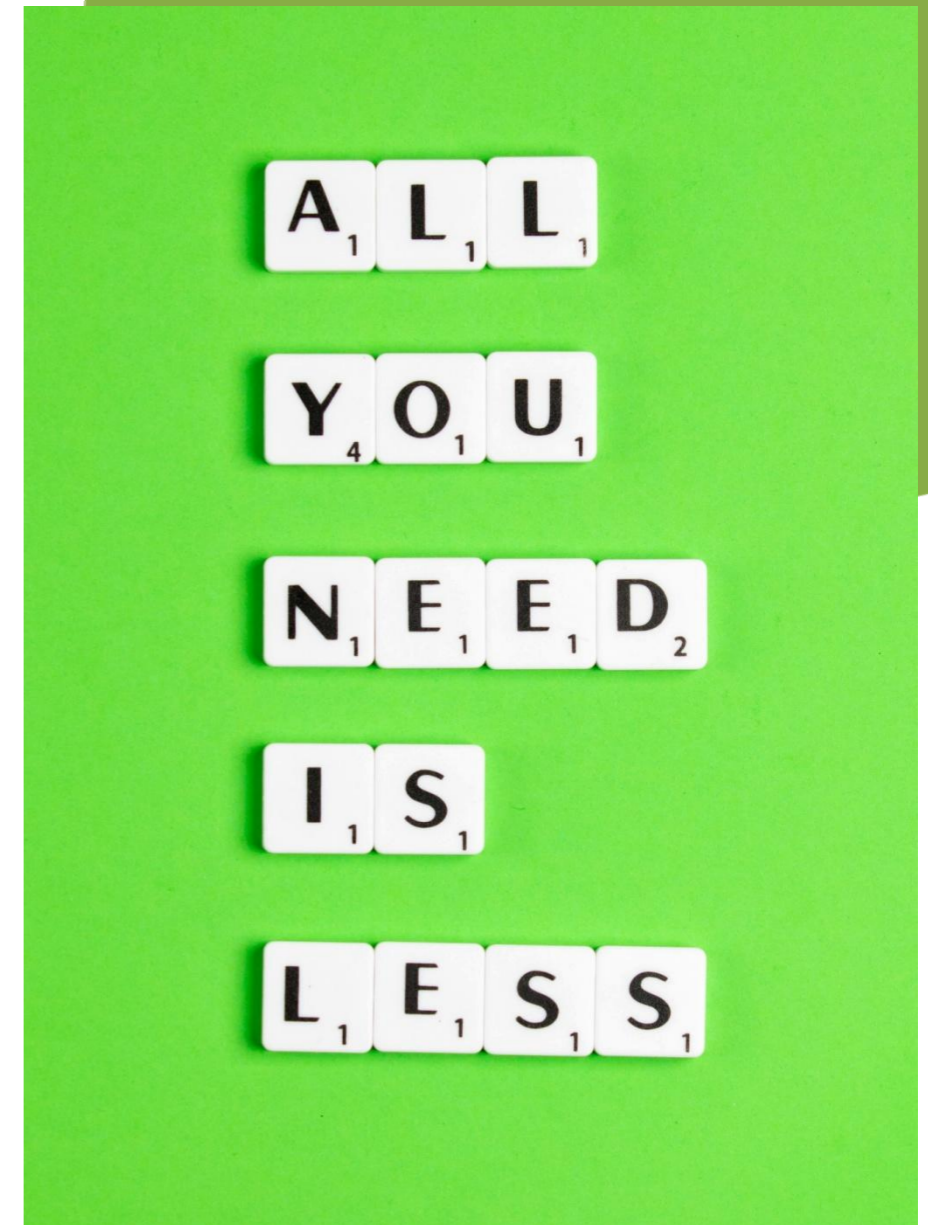


Foto de [Edward Howell](#) en [Unsplash](#)

Los retos de la Slow Fashion

En relación a las ventajas tenemos que es más respetuosa con el medioambiente, pues se reduce el consumo de agua y usan tejidos y tintes naturales en lugar de químicos. También respeta al trabajador y beneficia al comercio local o pequeño empresario.

Al consumidor lo beneficia en el sentido de que si bien paga más, sin embargo, obtendrá prendas que también van a durarle mucho más tiempo. Si temes a los precios, sencillamente, espera a las rebajas.

En cuanto a sus desventajas tan solo podemos encontrar dos. La primera y principal es que por ella hay que pagar más. Y la segunda es que son prendas que quizás no están tan a la última porque se producen más lentamente, pero sí que son más personalizadas y exclusivas.

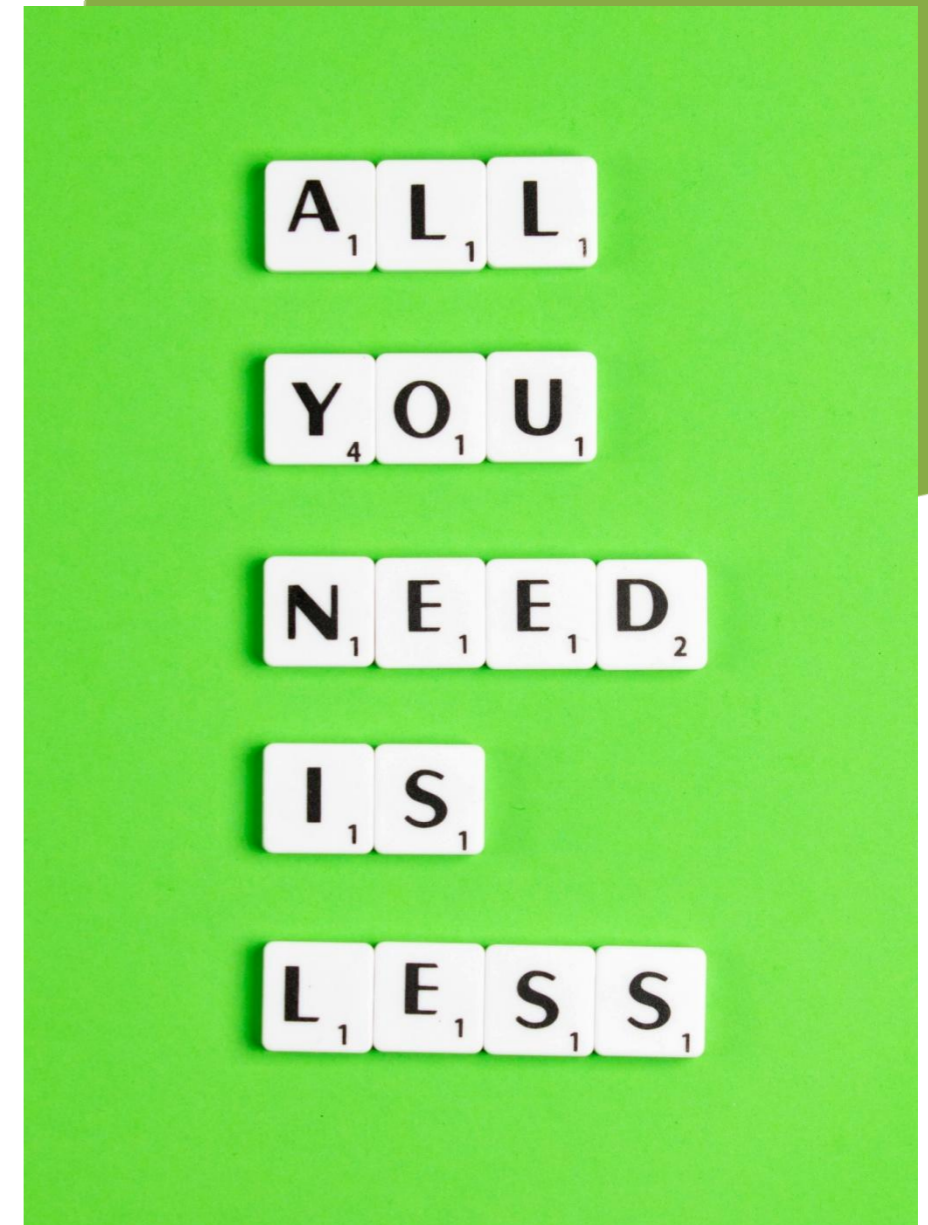


Foto de [Edward Howell](#) en [Unsplash](#)

Bibliografía

- **Ixone Arana (Cinco días, 2022)** *Los retos de la 'slow fashion' en una sociedad que adora a Shein.* Recuperado el 27 de julio de 2022 de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/06/17/fortunas/1655480307_843184.html
- **Tierra madre (2022)** *¿Qué es slow fashion?.* Recuperado el 27 de julio de 2022 de <https://www.tierramadre.org/moda-sostenible/que-es-slow-fashion>
- **Blu Cactus (2021)** *¿Cómo ser una marca slow fashion?.* Recuperado el 27 de julio de 2022 de <https://blucactus.com.ve/como-ser-una-marca-slow-fashion>
- **Matsu (2021)** *¿Qué significa slow fashion y de dónde viene?.* Recuperado el 27 de julio de 2022 de <https://matsustudio.es/que-significa-slow-fashion>
- **Ana Plaza (2021)** *¿Qué es el slow fashion? Su importancia en el futuro de la moda.* Recuperado el 27 de julio de 2022 de <https://www.personalshopperzaragoza.com/blog/2021/05/06/que-es-el-slow-fashion-su-importancia-en-el-futuro-de-la-moda>
- **Pia Rey (Vogue, 2020)** *Slow Fashion o moda lenta: ¿qué es y cómo podemos identificarla?.* Recuperado el 27 de julio de 2022 de <https://www.vogue.mx/moda/articulo/slow-fashion-que-es-definicion>
- **José Alejandro Antunes (2021)** *Fashion Pact, el acuerdo de moda que sí quiere salvar al planeta.* Recuperado el 27 de julio de 2022 de <https://www.gq.com.mx/moda/articulo/fashion-pact-acuerdo-de-moda-para-salvar-al-planeta>
- **Oxfam Intermon (2019)** *Moda ecológica: slow fashion vs fast fashion.* Recuperado el 27 de julio de 2022 de <https://blog.oxfamintermon.org/moda-ecologica-slow-fashion-fast-fashion>
- **Teresa (Modaellas.com, 2018)** *Fast fashion vs. Slow fashion:diferencias, ventajas y desventajas.* Recuperado el 27 de julio de 2022 de <https://modaellas.com/fast-fashion-vs-slow-fashion-diferencias-ventajas-y-desventajas>

Información relacionada

- **Slow fashion next:** <https://www.slowfashionnext.com>
- **The fashion pact:** <https://www.thefashionpact.org/?lang=en>
- **Guía de consumo responsable:** <https://recursos.oxfamintermon.org/guia-gratuita-consumo-responsable>
- **El Slow Fashion en el diseño español:** <https://www.youtube.com/watch?v=nIA9FSMNgl0>
- **El consumidor millennial y la moda lenta – un estudio exploratorio:** <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/42937/TFG%20-%20Schneider%2C%20Mona%20Marie.pdf>
- **La comunicación de la sostenibilidad como herramienta de ventas y de cambio social: fast fashion vs slow fashion:** <file:///C:/Users/jorge/Downloads/Dialnet-LaComunicacionDeLaSostenibilidadComoHerramientaDeV-7915017.pdf>