

Fast Fashion: del aceleramiento del cambio climático hacia la moda sostenible

Camaño, Jennifer

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Administración de Negocios
con énfasis en exportación de Bienes y
Servicios

jenniferyohana.yco@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0003-9808-2269>

Delgado, Maria

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Administración de Negocios
con énfasis en exportación de Bienes y
Servicios

paula_97@hotmail.com
<https://orcid.org/0009-0004-3904-3320>

Fernandez, Ivanis

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Administración de Negocios
con énfasis en exportación de Bienes y
Servicios

ifernandez0497@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-0106-9848>

Garcia, Patricia

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Administración de Negocios
con énfasis en exportación de Bienes y
Servicios

patriciagarcia841@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-1243-6698>

Docente asesor:

Acevedo, Eliana

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Banca y Finanzas
eliacvdo4@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-8004-6426>

Sede: Panamá

DOI: 10.37594/sc.v1i5.1382

Resumen

El propósito del estudio estuvo en analizar el impacto del fast fashion en el cambio climático, para comprender las prácticas y dinámicas de la industria de la moda rápida. El objetivo se basó en analizar el impacto del Fast Fashion en el aceleramiento del cambio climático hacia la moda sostenible en la industria textil colombiana. La metodología utilizada consistió en un enfoque cuantitativo con diseño no experimental descriptivo, el instrumento de recolección de datos aplicado fue la encuesta dirigida a personas de 18 a 35 años para comprender sus hábitos de consumo y su conocimiento sobre fast fashion y moda sostenible. El estudio se determinó que para la mayoría de los encuestados la principal motivación de compra es seguir las tendencias de moda y comprar en marcas reconocidas, la mayoría compran ropa cada 1 a 3 meses y gastan en promedio \$350.000 a \$550.000, estos resultados proporcionan una visión general de los hábitos de consumo, cuyos

patrones están influenciados por el fenómeno del fast fashion.

Palabras clave: Fast Fashion, sostenibilidad, cambio climático, tendencias, residuos.

Fast Fashion: from accelerating climate change to sustainable fashion

Abstract

The purpose of the study was to analyze the impact of fast fashion on climate change, to understand the practices and dynamics of the fast fashion industry. The objective was based on analyzing the impact of Fast Fashion on the acceleration of climate change towards sustainable fashion in the Colombian textile industry. The methodology used consisted of a quantitative approach with a descriptive non-experimental design, the data collection instrument applied was the survey aimed at people between 18 and 35 years old to understand their consumption habits and their knowledge about fast fashion and sustainable fashion. The study determined that for the majority of respondents the main purchasing motivation is to follow fashion trends and buy from recognized brands, the majority buy clothes every 1 to 3 months and spend on average \$350,000 to \$550,000, these results provide a vision general consumer habits, whose patterns are influenced by the fast fashion phenomenon.

Keywords: Fast Fashion, sustainability, Climate Change, Trends, Waste.

1. INTRODUCCIÓN

La moda fast fashion no puede ser funcional sin implementar estrategias que contribuyan significativamente a la no contaminación del agua, mejoras de gases de efecto invernadero y ayudar a la recolección de residuos textiles. La moda fast fashion y el aceleramiento del cambio climático y la moda sostenible, juega un papel importante en la sociedad, en la mayoría debido a la relación que guarda con el comportamiento de las personas, la forma de vestir contribuye a expresar y reflejar quienes son. Con la llegada de nuevas tecnologías y la velocidad con la que se desarrollan la información y la comunicación, la industria de la moda y sus consumidores se han tenido que adaptar a los nuevos tiempos. En los últimos años surge la figura del influencer, una técnica de marketing digital que busca, como indica el propio término, influenciar la opinión de una persona, en este caso, sobre un producto o servicio.

Para conocer este estudio más afondo se propone estudiar en 4 secciones: 1) Introducción, el cual plantea la problemática, la interrogante y objetivos de la investigación, antecedentes y desarrollo teórico y conceptual. 2) El método y procedimiento metodológico. 3) Resultados y discusión, donde se detallan los hallazgos encontrados y, 4) Conclusiones, dan respuesta a los objetivos de estudio.

Justificación

Ante los problemas actuales relacionados con el medio ambiente y la sociedad, la industria de la moda se ve obligada a cambiar y adoptar prácticas más amigables con el planeta. En particular, el auge del fast fashion ha intensificado la presión sobre el medio ambiente, contribuyendo a la contaminación ambiental, las emisiones de gases de efecto invernadero, el agotamiento de recursos naturales y condiciones laborales precarias. Esto ha llevado a un creciente llamado a la promoción de un consumo consciente y responsable en la moda.

Este estudio se enfoca en exponer el impacto específico del fast fashion en el cambio climático, busca identificar y analizar los retos actuales en la industria de la moda relacionados con el auge del fast fashion, evaluando cómo influye en los patrones de compra y en la conciencia de los consumidores en relación con el consumo sostenible.

- **Descripción del problema de investigación**

Fast fashion, aceleramiento climático y moda sostenible, son temas relacionados en las últimas décadas han tomado mucha fuerza de manera relevante tanto en la sociedad como en el medio ambiente. La moda fast fashion es una manera rápida para la alta demanda que se vive hoy día en la industria de la moda, mantener colecciones de última tendencias en tiendas, producción de prendas a un ritmo desmedido para satisfacer al cliente. “La elaboración de prendas que son cada día más solicitadas y menos utilizadas; un gran porcentaje de estas terminan desechadas en rellenos sanitarios o incineradas en tiempos mucho menores a los que se pensaba que era su vida útil” (Sentená Montero, 2020).

El autor mencionado también señala *“la presión que ejerce el sector textil sobre los recursos naturales, así como la degradación y contaminación de los ecosistemas, y los impactos sociales negativos que en muchos casos son invisibles al consumidor, representa un escenario de indiscutible preocupación mundial”*, en este sentido, una de las grandes preocupaciones se dan no sólo por el textil propiamente dicho sino por los agentes contaminantes químicos utilizados en la producción *“ya que la industria textil es responsable del 2% al 3% de las emisiones de gases de efecto invernadero y para el 2030 esta industria será responsable del 26% de estas emisiones”* (Fashion Revolution, 2020).

En concordancia con lo anterior citado, dentro de los principales impactos ambientales y sociales que se atribuyen a la industria textil y con implicaciones en el territorio colombiano, se enmarcan la contaminación residual y alto consumo del agua producto del proceso manufacturero, el empleo de materiales de embalaje no biodegradables, no escapando de esto el cambio climático donde se

busca obtener mayores elementos en este estudio.

- **Formulación de la interrogante**

El rápido crecimiento del fast fashion, ha generado preocupaciones en Colombia, la producción masiva de prendas desechables, las practicas insostenibles y la falta de conciencia del consumidor permite a los autores cuestionarse ¿Cuáles son las estrategias y acciones específicas que se pueden implementar en Colombia para impulsar una transición efectiva hacia la moda sostenible?

- **Objetivos**

El objetivo del artículo fue: Analizar el impacto del Fast Fashion en el aceleramiento del cambio climático hacia la moda sostenible en la industria textil colombiana.

- **Antecedentes investigativos**

En este escrito, los antecedentes profundizan en el crecimiento de la moda fast fashion y el nivel de consumismo que mantiene la misma en un país donde se ha desarrollado, a continuación, se describirán algunos de los artículos que darán apoyo a la investigación.

Como primer antecedente se encuentra el estudio de Rivera y Trujillo (2022), hicieron un estudio titulado *“Análisis de la influencia del fast fashion y la moda sostenible en el comportamiento de consumo del mercado colombiano”*, para el Programa de Administración de Mercadeo Bogotá. Esta investigación buscó dar respuesta al objetivo de analizar la influencia del fast fashion y la moda sostenible en el comportamiento de consumo del mercado colombiano, cuyo análisis parte de la revisión documental de estudios y otras investigaciones. Como resultado, se observó la posibilidad de implementar acciones tendientes a mitigar los efectos adversos ocasionados por la moda rápida, optimizar las actividades de las organizaciones textiles y orientar a los consumidores hacia las acciones propias del marketing social, marketing green o tendencia de uso de ropa de segunda mano.

Esta investigación soporta al estudio con base a conocer a profundidad el sector textil y los impactos ambientales que estos pudieran estar ocasionando al cambio climático, en consecuencia, se busca crear conciencia a los usuarios en el consumo compulsivo del mismo y sobre todo a la misma industria evitando las malas prácticas.

Otro antecedente que suma validez al estudio es el de Lobo (2022), enfocando su investigación en el tema *“Fast fashion y el cambio climático: la importancia de adoptar un modelo sostenible”*. El objetivo del trabajo fue demostrar la importancia de que las empresas adopten modelos de producción sostenibles, y señalar las ventajas que ello conlleva. La investigación fue cualitativa, con

diseño bibliográfico debido a que permitió conocer con claridad cuales prendas se pueden reutilizar y que desechos industriales textiles son los adecuados para la confección de una nueva propuesta de prendas de vestir. En conclusión, el estudio no recoge información acerca del comportamiento del consumidor respecto al Fast Fashion, habla de la responsabilidad de las empresas que forman parte del proceso de producción de la prenda, por tanto, se consideró urgente la transformación del sector hacia un modelo circular en cada una de las etapas en la vida del producto.

En relación al segundo antecedente se enmarca una relación directa a la problemática planteada y hacia donde va dirigido la investigación, que no es más que a la industria textilera, no obviando los usuarios que son los consumidores finales y quienes demandan las tendencias, si bien es sabido que las grandes producciones son diseños más económicos con menos vida útil de otras prendas más exclusivas.

- **Breve Desarrollo teórico y conceptual**

La industria de la moda es una de las más grandes a nivel global, con un consumo masivo y una influencia significativa en la economía y la cultura. Sin embargo, enfrenta una serie de desafíos cruciales en la actualidad, y uno de los más relevantes es la necesidad de adaptarse a los cambios en el entorno ambiental, por su impacto en la insostenibilidad del sistema. Además, el surgimiento del “*fast fashion*,” caracterizado por la producción masiva de prendas asequibles y de corta vida útil, ha aumentado estos problemas. La industria textil, que abastece la moda, contribuye significativamente a la contaminación del agua, las emisiones de CO2 y la generación de residuos, además de ser conocida por condiciones laborales precarias.

Los retos actuales en la industria de la moda

La industria de la moda es una de las industrias más grandes del mundo, siendo el segundo sector de más consumo y abarcando una gran parte del comercio mundial, según el Informe Planeta Vivo. Es por eso, que cuando se enfrentan los retos actuales de la industria de la moda, uno de los más relevantes está relacionado con la necesidad de adaptarse a los cambios del medio ambiente.

Una fuente de inspiración para abordar esta problemática es la autora Eleana Salcedo y su obra “*Moda ética para un futuro sostenible*”, donde explica conceptos clave para entender cómo funciona esta industria y expone su preocupación por el impacto ambiental y social, debido a su rápido crecimiento en los últimos años. “*La moda puede y debe ser considerada como un elemento importante a la hora de contribuir a la insostenibilidad del sistema*” (Salcedo, 2014, p.26).

La tendencia a una moda cada vez más rápida. Este fenómeno se conoce hoy en día como el

Fast fashion es “una práctica empresarial de las firmas internacionales de moda y de las grandes cadenas de distribución, que han conseguido seducir a su clientela con la actualización constante de sus diseños y los bajos precios de sus productos” (Salcedo, 2014 p.27). El fast fashion se evidencia en empresas globales como Shein o miembros del grupo Inditex, como Zara, que tienen una presencia significativa en varios países. Estas marcas se destacan por su capacidad para ofrecer colecciones de moda de manera extraordinariamente rápida, produciendo grandes cantidades de prendas y estimulando el consumo constante de ropa, por lo que resulta preocupante para el efecto invernadero.

Impactos de la industria textil. La industria textil es un sector fundamental en la moda, ya que se encarga de la producción de textiles y tejidos necesarios para la confección de prendas y accesorios de moda. Sin embargo, es importante mencionar que esta industria es una de las que más contribuye a la falta de sostenibilidad, por sus impactos medioambientales y sociales. Según el WRI (World Resources Institute), “se calcula que se utilizan 5 billones de litros de agua en el proceso de teñido. La industria es responsable del 20% de la contaminación del agua en el mundo” (Thompson, 2022), sin mencionar que los procesos textiles gastan una gran cantidad de agua generando mayor escasez de la misma y la repercusión negativa en los seres vivos. Es relevante mencionar también los impactos sociales, como las cuestionables condiciones laborales y con malos salarios. Situaciones preocupantes que pone en evidencia la explotación laboral y la desigualdad en esta industria, sin mencionar que las condiciones laborales en muchos países son inhumanas e injustas.

Alternativas para la moda más sostenible. Con base en lo expuesto anteriormente acerca de los impactos ambientales, se deben transformar las prácticas y por eso, Salcedo (2014), propone varias alternativas sostenibles para la industria de la moda, que se pueden describir a través de los siguientes términos:

- **Ecomoda:** “se fiere a todas aquellas prendas de vestir y otros bienes de moda producidos por métodos que son menos perjudiciales para el medio ambiente”. Esta práctica incluye la elección de materiales y procesos que ayudan a reducir la huella ecológica. Se pueden fabricar prendas a partir de textiles hechos con botellas de plástico recicladas, lo que representa un enfoque innovador en la reutilización de materiales para crear nuevos productos.
- **Moda ética:** “esta moda tiene en cuenta el medio ambiente, pero además tiene en cuenta también la salud de los consumidores y las condiciones laborales de las personas en la industria de la moda”. Esta práctica va más allá de la selección de materiales y prácticas sostenibles, abarca cuestiones fundamentales de salud y justicia social, donde las prendas no perjudiquen la salud de quienes las usan.

- **Slow Fashion:** la “*moda consciente*” se refiere a la conciencia de las partes involucradas a minimizar el impacto ambiental y social, yendo en contra de la sobreproducción y el consumo excesivo característico del fast fashion. “*La mayor conciencia de todas las partes interesadas, una velocidad lenta y el énfasis en la calidad dan lugar a relaciones diferentes entre el diseñador y el productor, el fabricante y las prendas de vestir, la ropa y el consumidor*”.
- **Moda más sostenible:** se refiere a “*todas aquellas iniciativas que permiten que la industria subsista en el tiempo, dados los recursos que tenemos y garantizando la igualdad y justicia social*”. Este enfoque recapitula las alternativas anteriores y tiene una visión más integral para abordar los problemas críticos de esta industria, su principal objetivo es respetar los recursos ambientales.

Fast Fashion relacionado con el consumo sostenible

El fast fashion es una tendencia global que ha transformado la industria de la moda, enfocándose en producir ropa de manera rápida y asequible. Sin embargo, esta rápida producción ha tenido un alto costo en términos de condiciones laborales y medio ambiente. De acuerdo con Salcedo (2014, p. 25), “*La moda rápida condujo a varios desastres que han tenido un gran impacto en el planeta tierra y en la humanidad en general, también condujo a un consumo masivo junto con una demanda insostenible*”. En este sentido, las empresas deben buscar utilizar la sostenibilidad como una herramienta de marketing, y los consumidores estarán más dispuestos a comprar productos en esta línea, especialmente las generaciones más jóvenes.

Fast Fashion como tendencia que se convierte en estrategia. El surgimiento del fast fashion en las décadas de 1980 y 1990, especialmente en el Reino Unido, marcó una nueva tendencia en la industria de la moda. Grandes marcas descubrieron la oportunidad de producir prendas de manera más rápida y económica en comparación con sus países de origen, donde los costos laborales aumentaban. Por lo anterior, la producción de moda se trasladó a países en desarrollo como India y China, que se convirtieron en líderes en la fabricación de ropa debido a su flexibilidad y capacidad de adaptación.

Desde esas décadas a hoy, la industria de la moda se ha encargado de promover el consumo, con la ayuda de las redes sociales, que desempeñan ahora un papel crucial en la aceleración de moda, las marcas ahora llegan a un público global, generan estrategias de marketing más agresivas con ayudas de influenciadores y promueven todo más rápido. “*La moda rápida está hoy sujeta a un progreso insostenible que está frustrando a toda una economía con un gran cambio en el comportamiento de los consumidores, y este hecho suscitó el debate sobre el problema de la*

sostenibilidad en la industria de la confección” (Muthu, 2019).

El futuro de la sostenibilidad en la moda rápida. *“Un futuro prometedor para la moda rápida sostenible dependerá de una gran inversión en innovaciones y nuevas tecnologías” (Muthu, 2019, p.39).* Esta frase deja claro que migrar a una moda más sostenible es un gran desafío, ya que se debe hacer inversión, buscar los medios para producir prendas sostenibles de manera más eficiente, nuevas técnicas de reciclaje y el uso de nuevas materias primas. Vale decir, que grandes empresas ya tienen consciencia de la necesidad de cambiar los procesos en la industria, una de ellas es la marca H&M, que utiliza hilos que permiten desmontar prendas para su reciclaje. Crop a Porter, aprovecha desechos de cosechas para crear textiles y reducir emisiones. Algae Apparel, utiliza algas en la fabricación y teñido de ropa degradable. Moda de hongos, produce prendas a partir de micelio sin generar residuos y, El Regenerador, un proceso que descompone fibras de algodón y poliéster para su reutilización. Sin duda estas empresas destacan la importancia del cambio hacia una moda más responsable y amigable con el medio ambiente.

Del *“Cogito Ergo Sum”* al *“Compra para Ser”*. Esta frase se refiere a la idea de que, en la sociedad actual, muchas personas han cambiado su enfoque de la autoafirmación y la identidad personal a un enfoque basado en el consumo y la adquisición de bienes materiales para definir quiénes son. En otras palabras, la gente tiende a pensar que comprando ciertos productos y siguiendo las tendencias de moda, pueden expresar y construir su identidad. Como dice Mathu, (2019), *“comunicamos quienes somos a través de la ropa. Ha sido así durante años y años con estos ejemplos históricos intentaremos entender como la moda y el comportamiento del cliente ha cambiado para conducir el consumo fast fashion”*.

Entorno ambiental sector textil en Colombia

De la misma manera que el cambio climático afecta a la industria de la moda, también la industria de la moda contribuye al cambio climático. Según el Centro de estudios Británico Chatham House, las emisiones de la industria superan el 8% de las emisiones globales. En este entorno se puede decir que Colombia enfrenta algunos desafíos en términos de sostenibilidad a pesar de que tiene avances en la obtención de prácticas más ecoamigables.

De acuerdo a lo estudiado se evidencia que Colombia está trabajando con las empresas para que se adapten a estándares más estrictos. *“Existen grandes retos para conseguir una industria de la moda sostenible, se deben conocer bien los impactos para seguir mejorando cada día la calidad de productos y servicios” (Suarez, 2021).*

Tipos de sostenibilidad dentro del contexto empresarial. *“Dentro del contexto empresarial cuyos objetivos básicos son la promoción de la sostenibilidad y la sensibilización medioambiental, se comparte los siguientes 3 pilares que deben tenerse en cuenta por parte de las comunidades, tanto empresas, como personas”* (Sánchez, 2015):

1. **Sostenibilidad económica:** se da cuando la actividad es financieramente posible y rentable aun cuando ésta se mueve hacia la sostenibilidad ambiental. Se puede deducir que la sostenibilidad económica se logra cuando se respeta los límites ambientales.
2. **Sostenibilidad social:** se basa en el mantenimiento de la cohesión social y debe tener como objetivo la habilidad para trabajar en la persecución de objetivos comunes. Los trabajadores son los protagonistas de esta parte: las condiciones de trabajo, el nivel salarial.
3. **Sostenibilidad ambiental:** se da cuando hay una compatibilidad entre la actividad de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas. Para poder alcanzarlo, se precisa un análisis de los impactos derivados de la actividad, tales como la generación de residuos y emisión.

Manejo de residuos del diseño de moda. El manejo de residuos del sector y de la moda se caracteriza por tener ciclos de vida cortos y un elevado valor de los productos, lo que hace de ella un sector de inversión atractivo. Sin embargo, esto se traduce en una elevada huella ambiental la cual se concentra en la obtención de materias primas, el proceso de producción, y en gran medida en el uso por parte del consumidor y su disposición final. Según un informe de la Universidad de Cambridge, *“por cada kilogramo de tejido textil producido globalmente se consume 0.6 kg de petróleo equivalente y se emiten 2kg de Co2 a la atmósfera”*(Xicota, 2014)

Actualmente, la gran mayoría de residuos sólidos en Colombia es dispuesta adecuadamente bajo parámetros de normatividad, licencias ambientales y las diferentes técnicas que existen, sin embargo, el problema radica en la gran cantidad de residuos que aún no se aprovechan. Esto permite evidenciar que se necesita una puesta en marcha de verdaderos incentivos tanto, económicos como normativos que puedan minimizar la generación de residuos en la industria y que pueda tener mayor impacto a poder darle más duración de vida a los productos y que pueda impartir con mayor enfoque al consumidor.

Formatos en Colombia para el desarrollo de la sostenibilidad. El proyecto *“Centro de Materiales para la Innovación”* se constituye en una de las principales apuestas de la estrategia de especialización inteligente de la ciudad región que se adelanta actualmente en Bogotá, que tiene como propósito articular a los diferentes actores públicos y privados que trabajan con el material: empresarios, industria, centros de investigación y desarrollo y universidades. Este proyecto

también. trata de acompañar a las empresas textiles a crear conciencia en el uso adecuado de los productos, materiales y componentes. Del mismo modo, el proyecto va orientado al cambio del negocio empresarial, es decir, no solo busca reconocer los materiales, sino que también al intercambio físico y digital del mismo. La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI – Cámaras, 2001), promueve la gestión sostenible a través de acciones orientadas principalmente a:

- La formación y fortalecimiento del talento humano.
- La promoción de la innovación, investigación.
- La sensibilización y formación de empresarios en materia de sostenibilidad.
- El fomento de decisiones empresariales basadas en principios éticos el respeto de los Derechos Humanos y el medio ambiente, entre otras.

2. METODOLOGÍA

Este estudio tiene un enfoque cuantitativo con diseño no experimental y nivel descriptivo, el cual permitió llegar a la respuesta de los objetivos planteados y al análisis del fast fashion, el aceleramiento del cambio climático y la moda sostenible, los tres rumbos que afectan de una u otra manera la sociedad, con la finalidad de examinar las prácticas del consumo y las decisiones de la población, relacionadas con la moda sostenible en la industria textilera en Colombia, en base a lo expuesto “los análisis cuantitativos se interpretan a la luz de las predicciones iniciales y de estudios previos. La interpretación constituye una explicación de cómo los resultados encajan en el conocimiento existente” (Creswell, 2013, citado por Hernández, Fernández y Baptista, 2016, p. 18).

Por otra parte, y de acuerdo a los mismos autores los estudios con alcance descriptivos “*con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis*” (p. 92). En este contexto, se estudiaron tantas empresas textiles como personas que permitieron tener una mayor visión del mismo.

La población encuestada estuvo conformada por una pequeña porción escogida al azar de 20 personas entre ellos hombres y mujeres de 18 a 35 años de clase social media-alta, residentes en Bogotá-Colombia. Para el autor Arias (2006) “*la población no es más que un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación*” (p. 81).

En cuanto a la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento, definido por Hernández, Fernández y Baptista (2016, p. 310) como “*el instrumento más utilizado para recolectar datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más*

variables a medir”. Así mismo, se realizaron un total de 10 preguntas por medio de una plataforma en línea Google form, con la intención de recopilar información relevante que incluyeran la frecuencia de compra, los factores de influencia en las decisiones de compra, gastos mensuales en ropa de tendencias, la percepción del impacto ambiental y la disposición a adoptar practicas más sostenibles, tomando como modelo para la medición la escala tipo Licket.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo con el estudio se determinó que para la mayoría de los encuestados la principal motivación de compra es seguir las tendencias de moda y comprar en marcas reconocidas, la mayoría compran ropa cada 1 a 3 meses y gastan en promedio \$350.000 a \$550.000, estos resultados proporcionan una visión general de los hábitos de consumo, cuyos patrones están influenciados por el fenómeno del fast fashion, donde las personas compran ropa con mucha frecuencia.

Otro hallazgo interesante es que el 63.9% de los participantes son conscientes del impacto ambiental en la industria de la moda, y el 69.4% estaría dispuesto a pagar más por prendas sostenibles. Además, el 48.60% estaría totalmente dispuesto o dispuesto a dejar de consumir fast fashion para apoyar marcas ecológicas. Sin embargo, el 13.9% no conoce iniciativas sostenibles en la industria textil colombiana, también se tiene como resultado que las personas le dan diferentes tipos de usos a la ropa que ya no utilizan el 58.3% regalan o donan la ropa. Existe una gran oportunidad para promover la moda sostenible en Colombia, especialmente entre los consumidores que ya son conscientes del impacto ambiental. Las empresas de moda deben enfocarse en la educación y promoción del exceso de consumo de tendencias de moda, lo que puede ayudar a mitigar el impacto ambiental en la industria textil, si las empresas implementaran lo anterior las personas estarían dispuestas a adoptar y consumir esos productos.

De acuerdo con el estudio realizado permite concluir la necesidad de abordar el problema de fast fashion y sus afectaciones en el cambio climático. Es importante que las empresas de moda promuevan practicas sostenibles y concienticen a los consumidores de la industria textil. Esta industria juega un papel importante en la promoción de productos responsables y educar sobre los impactos ambientales a la hora de hacer sus compras. Los resultados también arrojan la importancia de fomentar calidad y durabilidad de prendas en lugar de la rapidez en las tendencias, esto ayudaría a reducir la huella de carbono y lograr llegar a implementaciones futuras más sostenible.

4. CONCLUSIONES

En definitiva, la industria del Fast Fashion tiene un impacto significativo en el comportamiento de compra de los consumidores, ya que la mayoría adquiere ropa con frecuencia debido a las rápidas

tendencias de moda y los precios asequibles. Este comportamiento conlleva una alta rotación de prendas y, por ende, contribuye al aumento de la huella de carbono. No obstante, también destaca un nivel considerable de conciencia entre los encuestados sobre la importancia de la moda sostenible y su disposición a apoyarla. Por lo tanto, se resalta la necesidad de abordar el problema relacionado con el Fast Fashion y promover prácticas sostenibles en la industria textil colombiana.

Los resultados muestran que el Fast Fashion está vinculado a la alta frecuencia de compra de ropa, lo que a su vez está relacionado con un mayor impacto ambiental debido al ciclo de vida corto de las prendas. Esto destaca la necesidad de abordar este problema para mitigar los efectos negativos en el medio ambiente.

Vale decir, que el fast fashion tiene una fuerte influencia en los patrones de compra y conciencia de los consumidores por su marketing, sus rápidas tendencias, su variedad constante de colecciones y sus precios asequibles, sin embargo, la encuesta revela que la mayoría de los encuestados son conscientes del impacto ambiental en la industria de la moda y están dispuestos a pagar más por prendas sostenibles. Por otro lado, se destaca que un porcentaje significativo de los encuestados no está familiarizado con las iniciativas sostenibles en la industria textil colombiana, lo que sugiere una oportunidad para promover y educar sobre la moda sostenible.

A modo de conclusión, algunas empresas de moda en Colombia están implementando prácticas y opciones de moda sostenible, y existe una disposición por parte de los consumidores a adoptar y consumir estos productos. Esto sugiere una oportunidad para las empresas de moda en Colombia de promover la moda sostenible y reducir su impacto ambiental. Por consiguiente, este estudio destaca la importancia de abordar los desafíos relacionados con el Fast Fashion no sólo en Colombia sino también a nivel mundial y promover prácticas más sostenibles en la industria textil, concientizando del consumidor y su disposición a apoyar a estas nuevas corrientes que ofrecen una base sólida para la adopción de medidas concretas que puedan contribuir a la transformación hacia una moda más responsable, al medio ambiente y en consecuencia al cambio climático.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDI – Cámaras. Proyecto de Ley No. 336 de 2021. Temas ambientales (Sostenibilidad). Colombia
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6^a ed.). España: McGRAW-HILL.
- Fashion Revolution. (2020). El reto que enfrenta la industria colombiana de confecciones y afines ante el Covid-19 - Fashion Revolution: Fashion Revolution. Fashion Revolution

Colombia. <https://www.fashionrevolution.org/blog/el-reto-que-enfrenta-la-industria-colombiana-de-confecciones-y-afinesante-el-covid-19/>

- Lobo, D. (2022). Fast Fashion y el cambio climático: la importancia de adoptar un modelo sostenible. [Trabajo de grado, Universidad Pontificia de Madrid]. Comillas. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/57059/TFG%20-%20Lobo%20Sanfiz%2C%20Daniela%20.pdf?sequence=1
- Muthu, S. S. (2019). Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption. Textile Science and Clothing Technology. Editorial Springer.
- Sánchez, A. M. (2015). El mercado del fast fashion en Colombia tiene una expectativa de crecimiento de 9%. Diario La República. <https://www.larepublica.co/empresas/el-mercado-del-fast-fashion-en-colombia-tiene-una-expectativa-de-crecimiento-de-9-2915829>
- Salcedo, E. (2014). Moda ética para un futuro sostenible. Editorial Gustavo Gili. <https://www-digitaliapublishing-com.ezproxy.uniandes.edu.co/a/41355>
- Sentená Montero, M. A. (2020). Huella Ecológica del sector Textil-Confección en Colombia para el año 2018. Bogotá.
- Suárez, (2021). Caracterización área de Cualificación: textil, cuero, confección y diseño de moda. Minieducación. Marco Nacional de cualificaciones Colombia. https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files_public/2021-12/caracterizacion-sector-moda.pdf
- Rivera, M. y Trujillo, D. (2022). Análisis de la influencia del fast fashion y la moda sostenible en el comportamiento de consumo del mercado colombiano. [Trabajo de Grado, Fundación Universitaria del área Andina-Bogotá]. Repositorio Institucional Areandina. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/5007/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1
- Thompsen, I. (2022). La industria textil es responsable del 20% de la contaminación mundial del agua. DNB Asset Management. <https://dnbam.com/es/finance-blog/la-industria-textil-es-responsable-del-20-de-la-contaminacion-mundial-del-agua>
- Xicota, E. (2014, 2 de diciembre). 4 impactos de la industria de la moda en el cambio climático. Ester Xicota. <https://www.esterxicota.com/4-impactos-ropa-en-cambio-climatico/>

