

Economía Circular en la Moda

Acercamiento a la Economía Circular, Análisis del Ciclo de Vida e Indicadores Ambientales.

La Economía Circular es a la década de los 2020 lo que “Cambio Climático” y “Calentamiento Global” a principios de los 2000: un “nuevo” concepto en el ámbito del medio ambiente que ha entrado en nuestras vidas sigilosamente y ha pasado a formar parte de nuestro día a día de tal manera que con solo mencionarlo, genera en el consumidor un mundo utópico y mágico lleno de nuevas soluciones y tomas de acción que ayudan a satisfacer su deseo de superación moral mediante el compromiso con la sociedad y el medioambiente.

En el caso de la industria de la moda, la ecuación suele ser la misma:

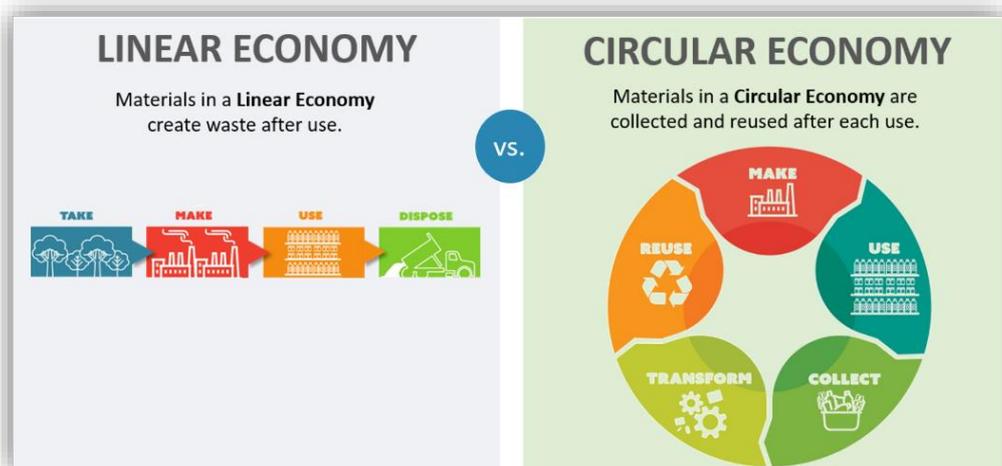
Ropa vieja + Economía Circular = Beneficio económico, segunda vida, caridad y trapos para la limpieza.

Pero, si de entre sus aspectos más generales se listasen términos como: Aspecto e Impacto Ambiental, Análisis del Ciclo de Vida y Huella Ambiental, ¿seríamos capaces de definirlos?

¿Y las diferencias entre economía lineal, economía del reciclaje y economía circular?

Para ello, a continuación, vamos a realizar una *masterclass* que os harán los reyes y reinas de la ecología en la siguiente conversación de sobremesa que tengáis con vuestros familiares acerca de cómo el cambio climático va a cambiar nuestras vidas en los próximos años.

Empecemos por los modelos económicos citados previamente: Dependiendo de la situación geográfica, actualmente estamos (o deberíamos estar) en transición de la lineal, a la circular.



Fuente: <https://hi-cone.com>

Antes de comenzar, debemos tener en cuenta las siguientes diferenciaciones:

- **Aspecto Ambiental:** Es el elemento que origina el cambio en el medio ambiente, la **causa**.
 - Consumo de materiales, energía y otros recursos; emisiones al aire, agua y suelo; ruido, vibraciones, radiación...
- **Impacto Ambiental:** Es la alteración en sí misma, el **efecto**.
 - Contaminación de las aguas y suelos, disminución de la biodiversidad y los recursos naturales, cambio climático, agotamiento de la capa de ozono, lluvia ácida...
- Es por ello que:
 - **+ Crecimiento económico = + Producción y Consumo → + Impacto**

ECONOMÍA CIRCULAR (EC)

El concepto de EC va más allá del reciclaje y las “3R” (Reducir, Reutilizar y Reciclar), más allá incluso que la problemática de los residuos: Implica la gestión “**en bucle**” de todos los recursos materiales y energéticos, reduciendo el consumo de los mismos, y utilizándolos de manera óptima, así como su reutilización. Pudiéndose: compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido.

Es un modelo de producción y consumo cuyo diseño lo hace sostenible en el tiempo.

No puede entenderse solamente como reciclaje, ya que no es posible reincorporar el 100% de la materia prima secundaria en el ciclo de los recursos y los productos. Hace hincapié en cubrir todo el ciclo de vida de un producto.

CARACTERÍSTICAS DIFERENCIALES	
ECONOMÍA LINEAL	ECONOMÍA CIRCULAR
<ul style="list-style-type: none"> - La base de que todo lo utilizado formará parte del ciclo productivo una sola vez y generará residuo/desecho. - No se reutilizan las materias primas ni las reciclan. - Su incidencia aumenta con el crecimiento de las sociedades de consumo. - Impacto alto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de bucles secundarios en el bucle principal con el fin de minimizar el consumo de recursos y reintroducir subproductos. - Los residuos pueden ser utilizados como recursos para reingresar al sistema productivo dado el diseño del mismo. - Se añade una fase de revalorización después del desechado. - Se alarga la vida útil del producto y el aprovechamiento del recurso.

OBJETIVOS EC		
ECONÓMICOS	SOCIALES	AMBIENTALES
<ul style="list-style-type: none"> - Nueva cadena de valor. - Ecoinnovación. - Nuevo modelo de negocio. - Reindustrialización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevos empleos y habilidades. - Relocalización de las actividades en el ámbito local. - Bienestar humano y calidad de vida. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disminución del consumo de recursos y despilfarro. - Prevención de residuos. - Menores impactos ambientales.

CAMBIO DE PARADIGMA

El principal motivo para avanzar hacia una economía circular es el **impacto** en el medio ambiente de nuestro actual modelo de producción y consumo. El uso de materias primas necesario para sostener la economía lineal tiene graves consecuencias ambientales, como el **elevado consumo energético** o la **gran cantidad de emisiones contaminantes**.

Otra razón de peso es la **imposibilidad de sostener un aumento en la demanda de materias primas**. Mientras que la población mundial y el consumo siguen creciendo, sabemos que la disponibilidad de recursos es limitada.

El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un **conjunto de objetivos globales** para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Cada objetivo (ODS) tiene metas específicas que deben alcanzarse en los próximos años hasta 2030.

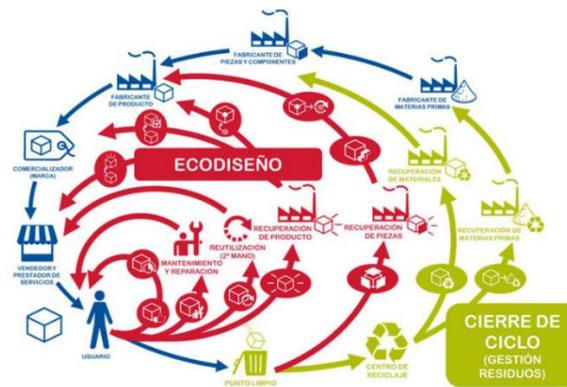
Para alcanzar estas metas, todos los actores implicados deben asumir su responsabilidad: los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y personas como nosotros.



Fuente: <https://www.un.org/>

ESTRATEGIAS DE EC

1. **Ineficiente:** El producto nace de recursos naturales y muere en el residuo final.
2. **Cierre de ciclo con gestión de residuos:** El desecho es llevado a gestión de residuos y posteriormente vuelve al fabricante de materias primas.
3. **ECODISEÑO + Cierre de ciclo:** Cierra ciclos productivos para optimizar todas las fases.



Fuente: <https://wikis.fdi.ucm.es/>

PRINCIPIOS EC

A su vez, toda estrategia de EC desarrollada por ciudades y/o regiones podría estar inspirada en determinados principios fundamentales:

- **Jerarquía “Multi-R”:**

- Nuevas R: Reducir > Reutilizar > REPARA > Recicla > RECUPERA > Revalorizar (mejor como energía que bajo tierra) > Vertido...
- En el **sector del reciclado**, se debería favorecer el tipo de reciclaje que consiste en recuperar y reutilizar, frente a otras, como las de utilización de los materiales recuperados que limitan la posibilidad de su reciclaje posterior (*downcycling: reciclaje con pérdida de calidad*), respetando así una determinada jerarquía dentro de las “acciones R”. Siempre que sea posible debería permitirse elaborar un producto de mayor calidad o mayor valor ambiental que el anterior (*upcycling: suprareciclaje*).



- **Jerarquía territorial:**

- Deben **primarse los ciclos cortos** siempre que sea posible, proporcionando así impactos más positivos, tanto ambientales (menores emisiones CO₂ asociadas al transporte...) como sociales (empleo, relaciones humanas locales...).
- Así mismo, es a escala local y regional donde se encuentran las administraciones con un ámbito de competencia que afecta a los actores relevantes.



Fuente: <https://www.ihobe.eus/>

- **Gobernanza compartida:**

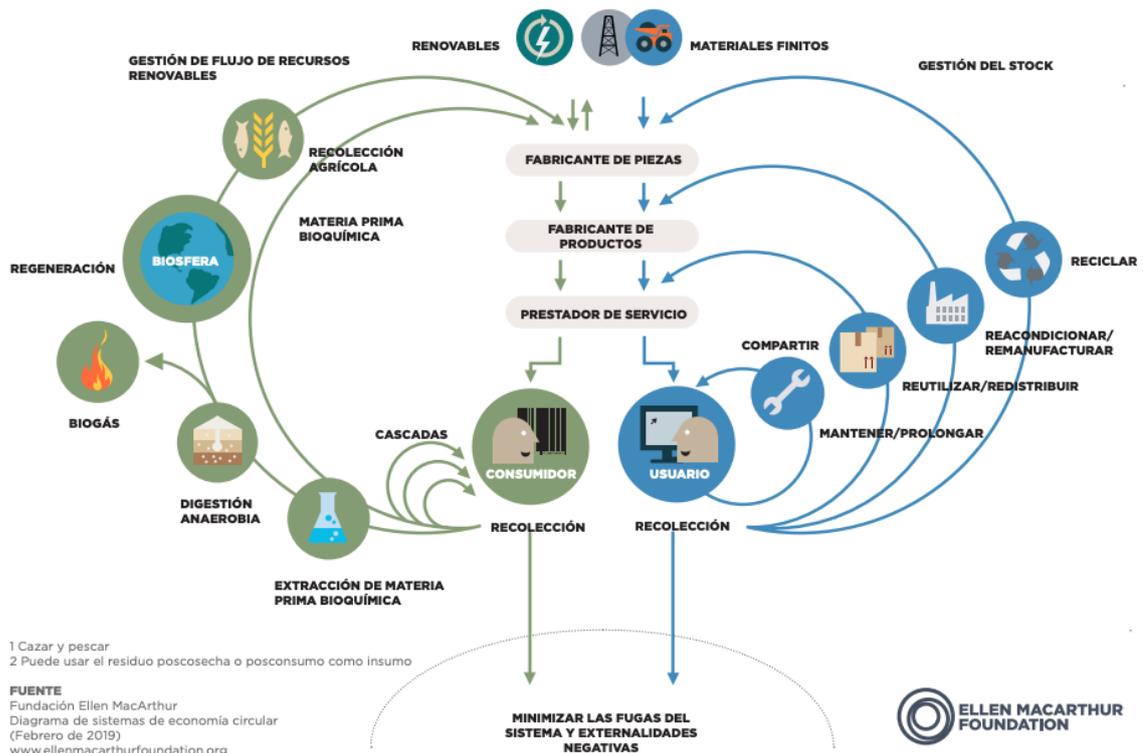
- Un buen desarrollo de la Economía Circular implica la contribución de todas las partes interesadas de la cadena (por ejemplo, diseñadores de productos, operadores de la industria extractiva, productores, distribuidores, consumidores, encargados de la recogida de los productos al final de su vida útil, recicladores, etc.).
- Adicionalmente, se habrían de implicar los representantes de otros sectores que puedan tener una influencia directa o estar afectados directamente por una determinada estrategia de la Economía Circular (por ejemplo, los residentes del área en que se aplica, la administración local encargada de la implementación, centros académicos, entidades financieras, etc.).

- **Planificación integrada:**

- **Conciliar** los aspectos económicos, sociales y ambientales, de forma que los servicios que se ocupan de ellos deben cooperar, incluso si uno de ellos se encarga de los trabajos de coordinación.

ÁREAS CLAVE DE INTERVENCIÓN

Gestión de los recursos materiales	Producción sostenible	Consumo sostenible	Transporte
<ul style="list-style-type: none"> ○ Prevención de residuos. ○ Ecoinnovación sistémica: Reducir los impactos ambientales negativos relacionados con el uso de recursos. ○ Estrategia de materias primas: Sustituir la mayor cantidad posible de materias primas (no siempre disponibles en el territorio) por materias primas secundarias. ○ Reciclaje 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ecodiseño ○ Modelos de negocio orientados a la función (servicio) ○ Simbiosis industrial: Cooperación entre empresas en el ámbito de la gestión de recursos y sinergias entre las empresas ubicadas en el mismo territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ecoconsumo ○ Reutilización y preparación para la reutilización ○ Economía colaborativa 	<p>Al igual que existe una logística de distribución “de la fábrica a la tienda”, también es necesaria una infraestructura que asegure la recogida de los productos desechados y su transporte hasta el proceso de recuperación.</p>



Fuente: <https://ellenmacarthurfoundation.org/>

ACTUACIONES EMPRESARIALES: MARCOS DE ESTRATEGIAS

DISRUPT:

El marco DISRUPT es una **lista completa de estrategias circulares para productos**. Incluye estrategias tangibles que brindan orientación e inspiración para poder circularizar de manera práctica un producto. Estas estrategias abarcan diferentes ámbitos tanto del producto como la empresa.

Las categorías principales son las siguientes:

1. Diseñar para el futuro
2. Incorporar tecnología digital
3. Preservar lo que ya hay
4. Replantear el Modelo de negocio
5. Usar residuo como recurso
6. Priorizar recursos renovables
7. Formar equipo para crear valor conjunto



Fuente: <https://www.circle-economy.com>

RESOLVE:

La Fundación Ellen MacArthur ha identificado de forma general un **conjunto de seis acciones que pueden adoptar las empresas y los gobiernos de cara a la transición a una economía circular.**

Este marco ofrece a las empresas y gobiernos una herramienta para generar estrategias circulares e iniciativas de crecimiento.

Estas acciones incrementan el uso de activos físicos, prolongan su vida y cambian el uso de los recursos de fuentes finitas a renovables.

Cada acción refuerza y acelera el rendimiento de las demás acciones:

- **REGENERAR (Regenerate):** *Nespresso, Iberdrola...*
 - Cambio a materias y energías renovables.
 - Reclamar, retener y restablecer la salud de los ecosistemas.
 - Devolver los recursos biológicos recuperados a la Biosfera.

- **COMPARTIR (Share):** *Airbnb, Blablacar...*
 - Compartir activos (coches, habitaciones, aparatos).
 - Reutilizar, participar en el mercado de segunda mano.
 - Prolongar la vida útil mediante el mantenimiento, diseño sostenible, actualización, combatir la Obsolescencia Programada.

- **OPTIMIZAR (Optimise):** *Toyota, Cisco...*
 - Incrementar el rendimiento y la eficiencia del producto.
 - Eliminar los residuos de la producción y de la cadena de suministro.
 - Utilizar los macrodatos (Big Data), la automatización, la detección y dirección remotas.

- **BUCLE (Loop):** *Renault, DELL, Patagonia...*
 - Refabricar productos o componentes.
 - Reciclar materiales.
 - Digerir anaeróbicamente.
 - Extraer componentes bioquímicos de los residuos orgánicos.

- **VIRTUALIZAR (Virtualise):** *Google, Skype, Netflix, Kindle...*
 - Desmaterializar directamente (libros, CD, DVD, viajes...).
 - Desmaterializar indirectamente (compras por Internet...).

- **INTERCAMBIAR (Exchange):** *Tesla, Philips...*
 - Sustituir materias viejas con materias avanzadas no renovables.
 - Aplicar nuevas tecnologías (impresión en 3D).
 - Elegir nuevos productos y servicios (transporte multimodal).

ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA

Tenemos que tener en cuenta una cosa: la gestión ambiental es **necesaria pero no del todo efectiva** ya que, pueden darse aspectos ambientales asociados al producto que pueden no ocurrir en la fábrica. Por ello hay que adaptar un enfoque más ampliado: Responsabilidad ampliada al fabricante, o el conocido: “Quien contamina, paga”.

El **ACV** (LCA: Life Cycle Assessment) es una herramienta de diseño que **calcula y evalúa los impactos ambientales** de un producto o servicio durante todas las etapas de su ciclo de vida: desde que se obtienen las materias primas hasta su fin de vida y su gestión posterior.

Esto quiere decir que, el hecho de llevar a cabo este análisis, **no crea ningún tipo de mejora** en la propia empresa, pero sí que ayuda a la hora de **concluir mejoras** en el sistema analizado para reducir el impacto ambiental (la reducción del uso de materias primas, ahorro energético, minimización de la contaminación y residuos, y reducción de costes), influyendo así en posteriores tomas de decisión e inversiones.

Se estima que el 80% de los impactos ambientales de los productos se determinan durante su fase de diseño.

Para entender mejor el estudio de cada etapa tenemos que entender los siguientes conceptos:

UPSTREAM ← **CORE** → DOWNSTREAM

O con menos anglicismos: aguas arriba y aguas abajo.

Pongamos el ejemplo de que somos fabricantes de ropa, y que producimos nuestras propias prendas:

Enfoque: “de la cuna a la tumba”

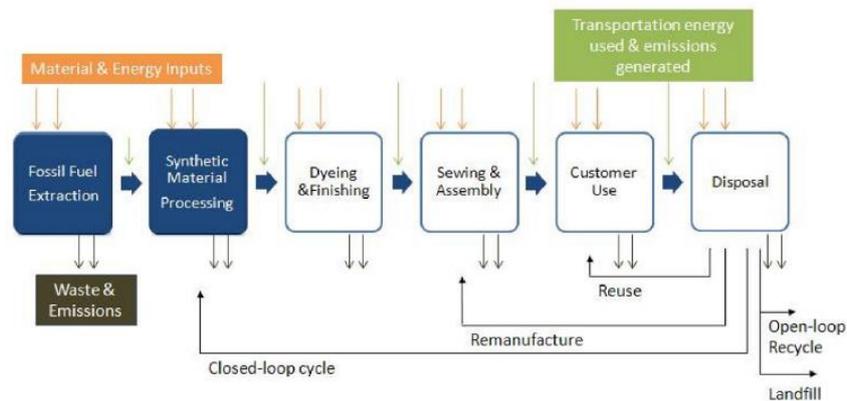
- El **upstream**, abarcaría la toma de recursos, la explotación de los mismos, la primera distribución a centros de transformación, y su segunda distribución a la fábrica.
- El **core**, sería nuestra propia producción, y el producto, una camiseta.
- Y el **downstream**, la distribución hasta el cliente, el cómo lo usa, y cómo le dé fin a su vida útil.

La recopilación de los datos necesarios para el informe está muy limitada dada su disponibilidad, y habitualmente se requiere de bases de datos y softwares que calculen mediante fundamentos científicos del impacto que la actividad puede estar causando en el medio.



Fuente: <https://stakeholders.com.pe/medio-ambiente/> - ACV

Diagrama del ACV de textiles:



Fuente: [Synthetic Textile LCA Diagram](#)

CASO ZARA

Las grandes compañías como ZARA, tienden a transformar su imagen y mejorar en ámbitos como el de la sostenibilidad y la transparencia de su actividad con terceros, estrechamente ligada a los requisitos legales que las empujan a llevar a cabo dichos cambios imperativamente.



Fuente: <http://www.econosublime.com/> - EJ. ACV de un producto

Desde la sección [ZARA JOIN LIFE](#) se puede consultar los compromisos a corto, medio y largo plazo, así como los hitos conseguidos y su memoria anual.

Sin embargo, podríamos preguntarnos: **¿hasta qué punto** esto cambia las tornas?, ¿son **concedores** los clientes habituales de que pueden llevar sus prendas a las tiendas de ZARA para tales fines?, ¿ello cambia la producción de sus más de 20 temporadas al año?, ¿disponen de **certificaciones oficiales** contrastables?, ¿con esto basta?

¿Sabías que España sólo recoge de media, el 12,16% de los residuos textiles que genera al año? Eso son 90.000 toneladas de prendas que van a parar a vertederos anualmente. (*Business Insider – 2021*)

RELACIÓN ACV CON LA HUELLA AMBIENTAL

- **Huella Ambiental:** Es la medida que calcula los impactos que surgen a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio.
- Evalúa el comportamiento ambiental de un total de 16 categorías de impacto:



Fuente: <http://www.grunver.com/2022/02/16/> - 16 Categorías de impacto

- Huella ambiental **de Producto** (HAP): Bien o servicio en sí mismo. Necesita contemplar todo el ciclo de vida del producto, no tiene en cuenta el alcance temporal y se calcula en función de una unidad funcional.
- Huella ambiental **de Organización** (HAO): Organización que proporciona bienes o servicios. Se mide lo que sucede dentro de la empresa, con periodicidad anual y un año base de referencia.
 - Si queréis echar un vistazo a un ejemplo de un Informe de Huella Ambiental Corporativa, algo reciente y bien estructurado de cara al público sería el caso de Iberdrola:
 - [Huella Ambiental Corporativa: web](#)
 - [Informe HAC: PDF](#)
 - En el caso de grandes almacenes podemos encontrarnos con **El Corte Inglés**, sin embargo, las promesas y compromisos solo pueden confirmarse mediante audiciones que verifiquen el desempeño a lo largo del tiempo:
 - ["Residuo Cero" certificado por AENOR](#)

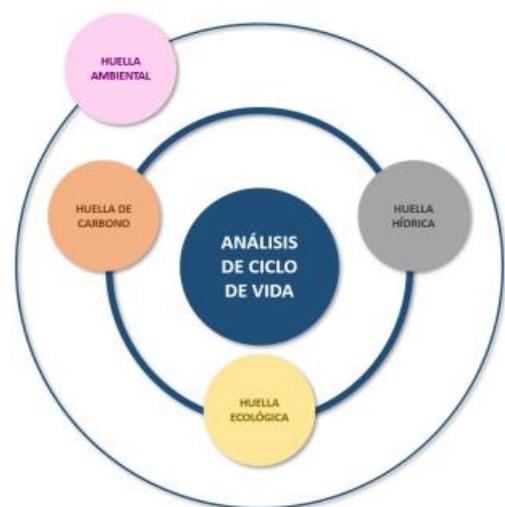
Principales **indicadores** de los efectos de una actividad sobre el medio ambiente:

- **Huella de Carbono:** Mide la totalidad de GEI (Gases Efecto Invernadero) emitidos a la atmósfera. Determina, evalúa y comunica el efecto sobre el Cambio Climático.
 - Se puede oficializar mediante registro, mostrando así a las partes interesadas su compromiso y desempeño en la mitigación de emisiones (en caso de llevar a cabo medidas de reducción y compensación), así como la mejora de la propia eficiencia energética de la compañía, traducándose en ahorros económicos.



Sello del Registro de huella de carbono emitido por MITECO

- **Huella Hídrica:** Mide el volumen de agua empleada para producir productos y servicios. Aunque el 72% de la superficie del planeta esté cubierta por agua, menos del 3% es agua dulce.
 - **Azul:** Consumo de recursos hídricos de superficie y/o subterráneos.
 - **Verde:** Cantidad de agua de lluvia aprovechada para el producto.
 - **Gris:** Cantidad de agua necesitada para limpiar el agua contaminada.
- **Huella Ecológica:** Mide la superficie necesaria para producir los recursos consumidos por un ciudadano, ciudad, país..., así como la requerida para absorber los residuos que genera.



Fuente: <https://www.ihobe.eus/economia-circular>

HUELLA ECOLÓGICA: ALGUNOS DATOS

Si calculamos el día en que la humanidad consume todos los recursos que la Tierra es capaz de regenerar en un año, obtenemos el **día de la “sobrecapacidad”**.

En el año **2019**, se alcanzó este día el 29 de julio. Al finalizar el año, la humanidad consumió los recursos capaces de ser regenerados por **1,75 planetas Tierra**.

En los últimos 20 años esta fecha se ha adelantado 2 meses.

El año **2020**, sin embargo, debido a la **inactividad** provocada por el COVID-19 el día de sobrecapacidad tuvo lugar el 22 de agosto. Los recursos consumidos por la humanidad fueron los equivalentes a **1,6 planetas Tierra**. Un 9,3% menos que el año anterior.

Si lleváramos a cabo tal retroceso en una escala de 4,5 días cada año, en el año **2050** volveríamos a vivir dentro de los límites de este planeta.

El impacto medioambiental del sector textil, el **segundo más contaminante del mundo** según las Naciones Unidas, se puede apreciar en las siguientes cifras:

- **Consumo de agua:** 93 millones de m³ anuales. El consumo de 5 millones de personas.
- **Contaminación del agua:** 500.000 Toneladas de microfibras vertidas al mar, que pueden acabar en la cadena alimenticia.
- **Gases efecto invernadero:** 10% de las emisiones de CO₂ globales. Mayor que los vuelos y envíos marítimos internacionales juntos.
- **Residuos generados:** Cada segundo se entierra o se quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura.

Fuente: [NOTICIAS ONU](#)

Ante este escenario es necesario adoptar medidas para implantar procesos más sostenibles. Las principales marcas textiles ya están modificando los criterios de homologación de sus proveedores, exigiéndoles procesos que reduzcan el impacto ambiental de su actividad.

Ejemplo HC: Estudio [Anvil](#) comparando distintos tipos de sus propias camisetas.

Porcentaje de emisiones según procesos

Obtención de materiales	Fabricación	Transporte	Uso cotidiano
20,00%	9,00%	2,00%	60,00%

Emisiones de CO2 a la atmósfera a lo largo de toda la vida del producto

Camiseta algodón ecológico	3,09 Kg CO2
Camiseta mixta PET & algodón común	3,29 Kg CO2
Camiseta algodón convencional	3,87 Kg CO2
Camiseta algodón reciclado	3,99 Kg CO2

Fuente: <https://modasostenible.wordpress.com>

Y bien, ¿por qué la camiseta de algodón reciclado emite más que una convencional?

Sencillo: El cálculo se hace teniendo en cuenta la producción a partir de recortes industriales sobrantes, entendiéndose así que no ha habido producto final anterior al que sumarle dichas emisiones, por lo que se le deben añadir las asociadas a su **primera vida** del material.

Recordemos que se trata de bucles, el reciclado *per se* no anula lo producido previamente.

En el siguiente vídeo de National Geographic, se puede entender de una manera sencilla el concepto de la Huella Hídrica en una camiseta de algodón, así como ver cómo métodos de actuación:

[How Your T-Shirt Can Make a Difference | National Geographic](#)

Infografía de impacto en el sector textil:



Fuente: Fundación Ellen MacArthur – Impacto medioambiental en la industria textil

CUIDADO CON LAS ESTRATEGIAS DE VENTA

Entendamos primero dos conceptos:

- **Greenwashing:** Es una estrategia de marketing empleada para comunicar que los productos de dicha empresa respetan el medio ambiente, pareciendo así ecológicos, sin serlo. Todo sigue siendo igual, menos la comunicación del producto.
- **Green Marketing:** Es el conjunto de prácticas que generan las marcas para mejorar el medio ambiente, con el objetivo de sumar una ventaja competitiva y un cambio de percepción del consumidor sobre la marca, demostrando su preocupación por el medio ambiente.

En cualquier supermercado encontramos publicidad sobre sostenibilidad ambiental, y esto se debe a pura economía:

- 3 de cada 4 consumidores pagarían más por productos sostenibles (*Ambientum - 2018*)
- 8 de cada 10 consumidores tiene en cuenta el medio ambiente a la hora de decidir su compra. (*Food Retail – 2014*)

Debemos tener cuidado de no caer en ilustraciones y sugerencias de presentación engañosas:

100% reciclable: ¿el envoltorio?, ¿la etiqueta?, ¿el producto?

¿CO₂ = 0? ¿Sostenible? ¿Ecológico?



Fuente: <https://www.vogue.es/>

Vegano no significa necesariamente sostenible, y lo natural no siempre es lo más ecológico.

Algunas de las señales que podemos identificar rápidamente y que nos ayuden a ser más críticos al respecto pueden ser las siguientes:

- Incluir falsas etiquetas: **verifica** las certificaciones.
- No tener pruebas fundadas ¿disponen de **informes** que lo respalden?
- Hacer afirmaciones que no aporten nada: busca **números**, no letras.
- Resaltar el menor de los males: **distracciones** mediante afirmaciones consistentes.
- Tener **consecuencias ocultas**: afirmar que es verde dados sus atributos sin tener en cuenta otras cuestiones medioambientales.
- Ser argumentos **no creíbles**.
- **Vaguedad** en las definiciones.

GESTIÓN AMBIENTAL EN LA EMPRESA

Algunas de las herramientas que tienen las empresas para poder llevar a cabo una evaluación continua de su desempeño ambiental y poder así llevar a cabo una mejora continua de sus procesos, comunicar a terceros y ser más competitivos, son las siguientes:

- **Sistema de Gestión Ambiental** (según ISO 14001): Es una herramienta que permite a las empresas alcanzar y mantener un elevado nivel de protección del medio ambiente al controlar las actividades, productos y procesos que causan (o podrían causar) impactos medioambientales, minimizándolos en sus operaciones.
 - o La gestión ambiental tiene como objetivo sistematizar la mejora ambiental de la empresa, mediante el control en la identificación de los aspectos ambientales.



- **Certificación EMAS:** Este Reglamento europeo (Eco-Management and Audit Scheme) define un esquema de gestión y auditoría ambientales abierto a cualquier tipo de organización a nivel internacional e independientemente de su tipo de actividad.



Performance,
Credibility,
Transparency

- **Declaración Ambiental:** Una EDP (Environmental Product Declarations) es una herramienta de comunicación que ayuda a la organización a poner en valor el esfuerzo derivado de la implantación de un sistema de gestión ambiental. Supone, además, un ejercicio de transparencia reconocido por todos los *stakeholders* (partes interesadas), incluidas las administraciones públicas.



- **Ley de Información No Financiera:** Contribuye a la transición hacia una economía mundial sostenible que combine la rentabilidad a largo plazo con la justicia social y la protección del medio ambiente, recogiéndose en el informe cuestiones relacionadas con el impacto medioambiental, los Derechos Humanos, aspectos laborales como la diversidad y el cumplimiento fiscal o la lucha contra la corrupción.

- **Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa (DISC):** La propuesta tiene como objetivo mejorar el flujo de información sobre sostenibilidad en el mundo empresarial dotando de coherencia, comparabilidad y fiabilidad a los informes de sostenibilidad de la empresa.

“El mayor peligro no es la inacción; el peligro real es cuando los políticos y los CEO hacen que parezca que está ocurriendo una acción real cuando en realidad no se está haciendo casi nada, aparte de una contabilidad inteligente y unas relaciones públicas creativas”

Greta Thunberg

Y llegados aquí, ¿ahora qué?

- Antes de comprar algo, preguntémosnos: **¿es necesario que adquiera** esta prenda para mi día a día?
 - Fijémonos en los **materiales** de los que está hecho el producto.
 - Investiguemos si en dicha producción se eliminaron elementos **tóxicos**, o cuántos **litros** de agua se utilizaron para su fabricación.
 - Lavemos la ropa **solo cuando sea realmente necesario**: Prendas como vaqueros, en la página de Levi's, sugieren lavar los pantalones vaqueros cada 10 usos; es decir, con muy poca frecuencia. No solo no gastaremos agua en vano, sino que la vida útil de nuestras prendas se verá alargada.
- ¿Puedo extrapolar esta visión a **todos los ámbitos** de mi vida?
- ¿Puedo apostar por artículos de **segunda mano**, y marcas *slow fashion*?
- Antes de deshacernos de una prenda, **agotemos el resto de posibilidades**: ¿puedo regalarla, donarla, reutilizarla o buscar un lugar donde reciclen textiles?
- Tengamos un **enfoque** “de la cuna a la tumba”: La tienda no es el origen, los impactos van más allá.
- Trabajemos la **mirada crítica** y el **inconformismo** para que las empresas sigan mejorando continuamente, y seamos críticos también con nosotros mismos y nuestro modelo de consumo personal.
 - Informémosnos de cuáles son **reconocimientos ambientales oficiales** que nos proporcionen información veraz: están ahí para que nosotros las identifiquemos y nos ayuden en nuestra toma de decisiones.
 - Brindemos a los demás las herramientas para **concienciarse**.

Si te animas a seguir investigando sobre el tema y a hacer una revisión integral de tu armario para calcular tu impacto ambiental, puedes consultar la siguiente web:

[THRED UP – Fashion Print Calculator](https://www.thredup.com/)



Fuente: <https://www.thredup.com/>

Y recuerda:

“La prenda más sostenible es la que ya tienes en el armario.”- Greenpeace