



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

ADE

Facultad de Administración
y Dirección de Empresas /UPV

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Administración y Dirección de Empresas

FAST FASHION Y SU HUELLA AMBIENTAL: RETOS Y
SOLUCIONES PARA UN FUTURO MÁS VERDE

Trabajo Fin de Grado

Grado en Administración y Dirección de Empresas

AUTOR/A: Torrijos Borja, Paz

Tutor/a: Chaparro Banegas, Nuria

CURSO ACADÉMICO: 2024/2025



AGRADECIMIENTOS

A mi tutora por guiarme y ayudarme.

A mi familia que siempre me ha apoyado y aguantado en mis peores momentos.

A mis amigas de la infancia, porque día a día siguen a mi lado y me hacen darme cuenta que vida solo hay una.

Y sobre todo mis amigas de la universidad porque han hecho que se me pase volando lo que en primero fue un tormento, porque me han enseñado lo que es la incondicionalidad y la amistad.



RESUMEN

En las últimas décadas, ha habido una creciente demanda de moda accesible y actualizada, además de una digitalización del sector. Por ello, el fast fashion ha adquirido más importancia en la sociedad.

La moda se encuentra como la segunda industria manufacturera más contaminante del planeta. Por ende, este trabajo trata de estudiar el fenómeno de la moda rápida, principalmente su huella ambiental aunque también sus efectos sociales y económicos, y proponer alternativas para concienciar y buscar una sociedad más sostenible.

En concreto, se realizará un análisis descriptivo del modelo de producción y consumo de la industria textil, estudiando sus tendencias futuras, retos y efectos negativos que conlleva, así como la viabilidad de alternativas sostenibles como son la economía circular, slow fashion, moda sostenible y moda ética, abordando de esta manera los retos de desarrollo sostenible.

El presente trabajo trata de aumentar la concienciación por un compromiso sostenible y, por ende, un cambio de mentalidad en el que primen los valores y actitudes que apoyen el desarrollo sostenible.

Palabras clave: fast fashion, sostenible, modelo de producción y consumo, economía circular, slow fashion, moda sostenible, moda ética.



ABSTRACT

As a result of recent decades, there has been an increasing demand for affordable and modern fashion and an increase of digitalization, which has become more important in society.

The fashion industry is the second most polluting manufacturing industry on the world. Therefore, the purpose of this Final Degree Project is to study the phenomenon of fast fashion, mainly its environmental footprint, although its social and economical effects and propose alternatives to it, in order to raise awareness and look for a more sustainable society.

Specifically, a descriptive analysis of the production and consumption model of the textile industry will be done, along with its impact, society future tendency, negative effects and possible sustainable alternatives such as circular economy, slow fashion, sustainable fashion and ethical fashion, by approaching Sustainable Development Goals.

The present project seeks to obtain concise information about if we can reach a sustainable commitment and as a result, change the mentality of society where values and attitudes that support sustainable development prevail.

Keywords: fast fashion, sustainable, production and consumption model, negative effects, circular economy, slow fashion, sustainable fashion, ethical fashion.



RESUM

Com a resultat de les últimes dècades, hi ha hagut una creixent demanda de moda accessible y actualitzada, a més a més d'una digitalització pel que d'aquesta manera el fast fashion ha adquirit més importància en la societat.

La indústria de la moda es troba com la segona manufactura més contaminant del planeta. Per tant, la finalitat del present Treball de fi de Grau és estudiar el fenomen de la moda ràpida, principalment la seua petjada ambiental encara que també el seus efectes socials i econòmics, a més de proposar alternatives d'aquesta forma, per a conscienciar i buscar una societat més sustentable. Especificament, es realitzarà un anàlisi descriptiu d'aquest model de producció i consum de la indústria tèxtil, el seu impacte, tendència futura en la societat, els efectes negatius i les seues possibles alternatives sostenibles com són l'economia circular, el slow fashion, la moda sostenible i la moda ètica.

El present Treball de Fi de Grau tracta d'obtenir informació concisa sobre si es pot aplegar a una conscienciació per un compromís sostenible i per tant, a un canvi de mentalitat en el que predominen els valors i actituds que afavoreixen el desenvolupament sostenible.

Paraules clau: fast fashion, sustentable, model de producció i consum, economia circular, slow fashion, moda sostenible, moda ètica.



ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1 CONTEXTO.....	8
1.2 OBJETIVOS.....	9
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	9
1.4 METODOLOGÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN.....	9
2. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO: EVOLUCIÓN DE LA MODA Y EL FAST FASHION.....	10
2.2 EL FAST FASHION: PRINCIPALES EFECTOS.....	11
2.3 MODA SOSTENIBLE COMO ALTERNATIVA.....	12
3. TENDENCIAS DEL FAST FASHION.....	13
4. CONSECUENCIAS DEL FAST FASHION.....	17
4.1 IMPACTO AMBIENTAL.....	17
4.2 IMPACTO SOCIAL.....	20
4.3 IMPACTO ECONÓMICO.....	22
5. ALTERNATIVAS A LA MODA RÁPIDA.....	27
5.1 MODA SOSTENIBLE.....	27
5.2 MODA ÉTICA.....	28
5.3 SLOW FASHION O MODA LENTA.....	29
5.3.1 BASES DE LA MODA LENTA.....	30
5.4 ECONOMÍA CIRCULAR.....	31
5.4.1 PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA ECONOMÍA CIRCULAR.....	31
5.4.2 ROPA DE SEGUNDA MANO.....	33
5.4.3 UPCYCLING.....	34
5.4.4 RECICLAJE.....	35
5.4.5 BENEFICIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR.....	36
6. ANÁLISIS COMPARATIVO DEL FAST FASHION Y SUS ALTERNATIVAS.....	37
7. CONCLUSIONES.....	39
BIBLIOGRAFÍA.....	42
ANEXOS.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tamaño de mercado de la industria de moda rápida a nivel mundial entre 2022 y 2030 (Statista, 2024).....	14
Figura 2: Pronóstico de crecimiento del mercado de moda rápida y ropa de segunda mano entre 2019 y 2029 (Statista, 2024).....	15
Figura 3: Crecimiento de las ventas de ropa y descenso de su utilización desde el año 2000 hasta el año 2015 (Ellen MacArthur Foundation, 2017).....	16
Figura 4: Hábitos de compra de moda sostenible de los consumidores en países seleccionados en 2022 (Statista, 2025).....	16
Figura 5: Emisiones previstas equivalentes de dióxido de carbono de la industria de la confección de ropa en todo el mundo de 2019 a 2030 (Statista, 2025).....	18
Figura 6: Comercio (% del PIB) (Banco Mundial, 2025).....	24
Figura 7: Ingresos generados por la venta de prendas de vestir a nivel mundial entre 2014 y 2028 (Statista, 2024).....	24
Figura 8: Participación en los ingresos del mercado de ropa sostenible a nivel mundial de 2013 a 2026 (Statista, 2025).....	28
Figura 9: valor estimado del mercado de la moda ética en todo el mundo de 2023 a 2028 (Statista, 2024).....	29
Figura 10: Diagrama mariposa (Ellen MacArthur Foundation, 2019).....	32
Figura 11: Valor del mercado mundial de ropa de segunda mano de 2021 a 2029 (Statista, 2025).....	34
Figura 12: Cantidad de prendas recolectadas por el programa de reutilización y reciclaje de H&M en todo el mundo de 2013 a 2024 (Statista, 2025).....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Impactos ambientales del modelo del fast fashion. (Elaboración propia).....	22
Tabla 2: Impacto social del modelo del fast fashion (Elaboración propia).....	24
Tabla 3: Impactos económicos del modelo del fast fashion (Elaboración propia).....	28
Tabla 4: Comparación entre moda sostenible y moda lenta (Elaboración propia).....	31
Tabla 5: Diferencias entre ciclo técnico y ciclo biológico (Elaboración propia).....	34
Tabla 6: Comparación entre Reciclaje y Upcycling (Elaboración propia).....	37
Tabla 7: Comparación del fast fashion y sus alternativas (Elaboración propia).....	39

1. INTRODUCCIÓN

1.1 CONTEXTO

En la actualidad, la sociedad, mayormente la parte occidental, se encuentra inmersa en un contexto donde el consumismo ha adquirido un papel predominante. El individuo ha adoptado la adquisición de bienes o servicios no solo como una necesidad, sino también como un medio para obtener una satisfacción (Cabrero, 2022).

Es un hecho que la industria de la moda ha sido protagonista de una importante transformación impulsada por un fenómeno conocido como moda rápida o fast fashion. Este modelo de producción y consumo se identifica por la fabricación a gran escala de indumentaria a precios reducidos, adoptando las tendencias más recientes y una actualización continua de colecciones.

Del mismo modo, la globalización junto con la adopción masiva de las tecnologías de la información y la transformación de la cultura empresarial y de consumo, han favorecido la aparición de un nuevo modelo de negocio en la industria textil donde el tiempo es el elemento clave, evidenciando que las empresas compiten constantemente por quién pueda responder con mayor rapidez a la demanda del mercado.

Por ello, es posible apreciar que el fast fashion encierra serios problemas sociales, éticos, económicos y ambientales. La industria textil se trata de una de las más contaminantes del planeta (ONU, 2019). Esta actividad industrial es una de las principales causas del elevado consumo de agua, de la gran generación de emisiones de gases de efecto invernadero y toneladas de residuos textiles que acaban en los vertederos. Además de las pésimas condiciones laborales en muchas fábricas de países subdesarrollados, convirtiéndose de esta forma en motivo de creciente preocupación.

En respuesta a estas problemáticas, ha surgido un movimiento cada vez más fuerte hacia la moda sostenible, moda ética o moda lenta que promueven la producción ética, el uso de materiales ecológicos y el consumo consciente. También se han popularizado prácticas como la economía circular, el uso de ropa de segunda mano y la valorización del diseño local o artesanal.

1.2 OBJETIVOS

El objetivo general de este trabajo es analizar el modelo del fast fashion y la industria textil, a través de sus impactos en la sociedad, especialmente el impacto medioambiental, pero también económico y social. A partir de este análisis, se propondrían alternativas que mitiguen o eliminen sus impactos negativos para generar un cambio de mentalidad.

Asimismo, los objetivos específicos de este trabajo son:

- Recolectar y sintetizar información actualizada sobre el modelo de producción y consumo de la moda rápida.
- Analizar los principales efectos negativos del fast fashion en el ámbito ambiental, social y económico.
- Explicar las alternativas que existen a la moda rápida.
- Determinar la tendencia futura que sigue la sociedad respecto a la moda rápida.
- Proponer alternativas de mejora a este modelo productivo con un impacto positivo en la sociedad.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El motivo de selección de este tema es que la industria de la moda conlleva efectos y problemas de gran magnitud. Por ello, resulta esencial concienciar a la sociedad sobre las alternativas sostenibles que existen y dejar de contribuir con la huella ambiental. Además de ambiental, también económica por colaborar con la globalización y las economías de escala. Como también social, debido al consumismo que genera y las adversas condiciones de vida de los trabajadores en países emergentes.

Este trabajo podría aportar una visión disruptiva, por la que se identifican los malos hábitos del ser humano sin importarle de qué manera puede afectar a las generaciones futuras.

1.4 METODOLOGÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

En el presente trabajo de fin de grado se lleva a cabo un análisis descriptivo de la moda rápida, tendencias a largo plazo, sus efectos negativos y posibles alternativas. Para ello, se ha recogido información sobre este modelo de producción y consumo. Asimismo, se analizan datos a través de tablas o figuras de fuentes fiables y a partir de estas figuras, se extraen las conclusiones conjuntamente con la información obtenida.

Para realizar un análisis descriptivo de la moda rápida, la información obtenida ha sido extraída de fuentes como pueden ser Statista, Naciones Unidas, Fashion Alliance, revistas, libros o trabajos para poder indagar sobre la moda rápida, sobre su gran impacto, alternativas y lo puesto en práctica. Gracias a la formación recibida en estos años en la carrera, así como los conocimientos adquiridos durante este tiempo, he logrado desarrollar este proyecto final de carrera.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO: EVOLUCIÓN DE LA MODA Y EL FAST FASHION

En el fast fashion, se han ido desarrollando múltiples dinámicas a medida que transcurre el tiempo. Por ello, esta evolución ha propiciado la transformación de las prendas de vestir y la aparición de diferentes estilos a lo largo de la historia.

Además de su función principal de proporcionar abrigo, la vestimenta ha progresado hasta convertirse en una expresión estética que refleja el gusto y la personalidad del individuo que la usa. Con el tiempo, la ropa se ha transformado en un elemento decorativo más, donde se pueden identificar influencias geográficas, sociales, religiosas y de género, y que históricamente ha servido como un medio de diferenciación entre sexos (Tagarro, 2019).

El origen de la moda se remonta a los orígenes del Homo Sapiens, período en el que las personas cubrían sus cuerpos con pieles de animales obtenidas de la caza. Más adelante, durante el Neolítico el ser humano desarrolló la técnica de hilado y tejido.

Posteriormente, el Renacimiento marcó la aparición de nuevos estilos y la profesionalización del sector de la moda. Asimismo, un momento clave en su evolución fue la Primera Revolución Industrial, que transformó la costura y la confección de prendas, dejando atrás la producción únicamente artesanal para dar paso a la manufactura a gran escala impulsada por el progreso tecnológico. Por otro lado, la invención de los primeros colorantes artificiales en 1856 constituyó un hito trascendental, ya que permitió el acceso a nuevos tintes más económicos y vivos que los naturales, ampliando de esta forma la gama de colores y diseños disponibles en la industria textil a un precio más asequible (Tagarro, 2019).

En 1759, según señala Françoise Boucher, el Bureau de Commerce autorizó el estampado de telas de algodón, permitiendo de esta forma el acceso de los sectores sociales menos favorecidos a telas con nuevos colores de moda (Bermúdez, 2012). Este desarrollo favoreció aún más la popularización de la ropa e impulsó la producción masiva que más tarde caracterizaría al fast fashion.

Así pues, la producción en masa del siglo XIX sentó las bases de la era del fast fashion. Una etapa marcada por la innovación tecnológica, el dominio de nuevos mercados y la búsqueda de beneficios económicos cuyos costes sociales y ambientales han sido demasiado altos, dejando consecuencias que a día de hoy siguen aumentando y afectan a la sociedad.

No fue hasta 1989 que nació por primera vez el término fast fashion, cuando se popularizó este término gracias a un artículo en el New York Times donde se hablaba de la primera tienda Zara en Estados Unidos. Según el Times, su objetivo era que en 15 días estuviera disponible un diseño para los consumidores (McDonald y Taylor, 2023).

Es un hecho que la popularidad del fast fashion se debe al fácil acceso a una gran variedad de prendas y su rápido consumo, las marcas ofrecen de manera continuada nuevas colecciones a

precios asequibles lo que permite a los consumidores mantenerse al tanto de las últimas tendencias sin incurrir en grandes gastos. Asimismo, la rápida fabricación y distribución de las prendas posibilita que los consumidores adquieran productos de moda de manera casi inmediata. No obstante, este modelo de consumo genera impactos negativos tanto ambientales como sociales, lo que ha provocado un notable incremento en la conciencia sobre la sostenibilidad y la búsqueda de opciones más responsables (Ecoalf, 2022). Antiguamente, las personas con mayores recursos económicos tenían acceso a prendas más sofisticadas y de un mayor valor, mientras que aquellos pertenecientes a grupos socioeconómicos menos favorecidos disponían únicamente de alternativas más básicas (Leturcq, 2024).

Esta desigualdad social en el ámbito de la moda ha perdurado en la historia, adaptándose hasta llegar al modelo de la moda rápida de hoy en día. Dicho sistema, si bien ha facilitado el acceso a la moda, también ha dado lugar a una serie de repercusiones que continúan siendo objeto de debate y reflexión (Leturcq, 2024).

2.2 EL FAST FASHION: PRINCIPALES EFECTOS

El concepto fast fashion se trata de una tendencia que busca ofrecer prendas de ropa de forma accesible, en tiempo récord y con una gran necesidad de innovación. Este modelo desencadena la producción de prendas de baja calidad y a bajo precio, por lo que tienen poca durabilidad.

El modelo de fast fashion, fortalecido por grandes marcas como Inditex o Shein, ha transformado la industria de la moda. En un mundo donde predominan las microtendencias y el consumo rápido, estas empresas han optimizado sus cadenas de suministro y procesos de diseño para lanzar nuevas colecciones de manera continua, se producen decenas de colecciones de grandes volúmenes al año, ocasionando una comercialización de millones de prendas y una sustitución acelerada. Un punto clave del modelo de Zara reside en su capacidad de ajustar la oferta a las preferencias de los clientes en el menor tiempo, priorizando la rapidez antes que los costes de producción (Martínez, 2008). Al examinar la estructura organizativa de Zara es posible percibir que la principal fortaleza es la integración vertical, la cual resulta crucial para ofrecer una respuesta ágil ante una demanda cambiante y además integra el modelo Just In Time (Martínez, 2008), también llamado justo a tiempo, el cual es una estrategia de producción para que los productos se fabriquen o entreguen en la cantidad y momento exactos (Medina, 2023).

De hecho, se estima que gran parte de esta ropa producida, concretamente el 87% según la fundación Ellen MacArthur (2017), termine incinerada o en el vertedero contribuyendo por tanto a la contaminación. Hasta el 73% del material que entra en el sistema de confección se pierde tras su uso final, el 10% se pierde durante la producción y el 2% se envía a vertederos o se incinera. Además, una pérdida adicional del 2% se produce en la recogida y clasificación de la ropa desechada (Ellen MacArthur Foundation, 2019).

Un dato a tener en cuenta es que cada persona en Europa consume un 40% más de ropa con respecto a 1996 (Pacto mundial, 2023). Tal y como revela la Organización de las Naciones

Unidas (2019) la industria de la moda representa el segundo sector con mayor consumo de agua a nivel global, siendo responsable de aproximadamente el 20% de las aguas residuales y liberando anualmente cerca de medio millón de toneladas de microfibras sintéticas al océano. Una proporción considerable de esas emisiones se origina con el bombeo de agua para el riego de cultivos como el algodón, el empleo de pesticidas derivados del petróleo, la maquinaria utilizada durante la cosecha y las emisiones causadas por el transporte, concretamente la industria utiliza el 24% de los insecticidas y el 11% de los pesticidas a nivel mundial (Organización de las Naciones Unidas, 2019).

Según el Pacto Mundial (2023), el sector textil anualmente produce más de 1000 megatoneladas de emisiones equivalentes de dióxido de carbono, siendo responsable del 2% al 8% de las emisiones de gases de efecto invernadero a nivel global, así como de un 9% de la liberación de micro plásticos en océanos anualmente.

Sin embargo, tras la declaración de la ONU en 2018 que situó al sector textil como la segunda manufactura más contaminante del mundo, con el propósito de mitigar sus efectos negativos, surgió la alianza de las Naciones Unidas para una Moda Sostenible. Esta iniciativa, conformada por las agencias de la ONU y organizaciones aliadas, busca contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible mediante acciones coordinadas en el ámbito de la moda. Concretamente, esta alianza tiene como objetivo promover proyectos y políticas que garanticen el cumplimiento de los ODS, y por ello que se reduzcan sus impactos negativos sociales y ambientales (UN Alliance, 2024).

2.3 MODA SOSTENIBLE COMO ALTERNATIVA

El acelerado cambio climático exige que los sectores industriales asuman la responsabilidad de evolucionar hacia un esquema sostenible. Ante este paradigma, surge la moda sostenible como respuesta al desafío que plantea el fast fashion. Este modelo de producción apuesta por un enfoque más respetuoso, consciente y ético con el entorno (Ecoalf, 2022).

El objetivo de la moda sostenible busca reducir al máximo el impacto medioambiental de la producción de ropa, a través de nuevas tendencias como es el aumento de la longevidad de las prendas y su calidad, materiales reciclados o patronaje mejor aprovechado (Pacto Mundial, 2025).

Las repercusiones adversas generadas por la actividad humana comienzan a ser evidentes y la moda sostenible es una alternativa al modelo actual de moda rápida, que apuesta por aprovechamiento responsable de recursos naturales, consumo premeditado y la adopción de procesos circulares. Asimismo, esta modalidad asegura mejores condiciones laborales y contribuye a erradicar la explotación (Fashion Revolution, 2021).

De hecho, este modelo de negocio, según datos obtenidos de la Consulta Empresarial 2024 (Pacto Mundial de la ONU España, 2024), revela que más del 80% del tejido empresarial textil implementa acciones relacionadas con los ODS, específicamente, 7 de cada 10

empresas españolas encuestadas cuenta con un plan de sostenibilidad, un 44% alineadas con Objetivos de Desarrollo Sostenible. Dichas acciones tienen más relación con los ODS: 5 de Igualdad de género, 7 de Energía asequible y no contaminante, 8 de Trabajo decente y crecimiento económico, 12 de Producción y consumo responsable.

Así como también saca a relucir que más del 68% del tejido empresarial textil no realiza actividades de innovación en sostenibilidad y el 78% no dispone de tecnologías para ser una empresa sostenible (Pacto Mundial, 2025). Evidenciando una carencia estructural y una falta de preparación del sector textil para enfrentar los retos ambientales, sociales y económicos, además de retrasar la transición hacia un modelo más sostenible. Así pues, la moda sostenible es una de las maneras en que los consumidores se pueden proteger de los efectos negativos del fast fashion (Universitat Carlemany, 2024).

3. TENDENCIAS DEL FAST FASHION

Para realizar un análisis del fast fashion resulta imprescindible estudiar las diferentes tendencias o dinámicas que han influido durante años en la mente del consumidor, constituyendo el principal motor en la toma de decisiones.

En el contexto de la moda rápida, la generación Z destaca como el grupo más implicado, principalmente por su preferencia por prendas de ropa accesibles, actualizadas y de un bajo coste. Los consumidores de esta generación valoran la posibilidad de seguir las últimas tendencias y disfrutan de la rapidez con la que pueden adquirir nuevos atuendos. Esta tendencia ha sido reforzada por la rápida rotación de inventario en las tiendas, la disponibilidad en línea y la influencia de las redes sociales, factores que han impulsado la generación de una mayor demanda de ropa asequible para la industria textil (González, 2023).

En el estudio que realizó ThredUp (2022), una marca de ropa de segunda mano, se analizó la conducta de los consumidores que forman parte de la generación Z. Se encuestó a 1989 jóvenes estadounidenses entre 16 y 25 años durante los meses de junio y julio de 2022, se indagó sobre sus hábitos de compra en la temporada de vuelta al colegio, así como su relación y percepción del fast fashion (Xicota, 2022).

Este estudio arrojó a la luz varios resultados relevantes. Según los datos recopilados, el 72% de los estudiantes universitarios encuestados afirma haber comprado prendas de moda rápida durante el último año. De igual modo, más del 40% de los estudiantes reconoce haber comprado ropa para eventos que probablemente solo usarán una vez en la vida, reflejando una tendencia poco sostenible y basada en el consumo. La influencia de las redes sociales también es notoria, la mitad de los estudiantes universitarios encuestados visualiza videos todas las semanas de fast fashion en redes sociales. Mientras que el 40% accede diariamente a sitios web especializados en este tipo de moda (Xicota, 2022).

En cuanto a las consecuencias, se ha observado que 1 de cada 3 jóvenes pertenecientes a la Generación Z afirma sentirse adicto al fast fashion. Asimismo, el 35% de los estudiantes universitarios considera que invierte demasiado tiempo y recursos económicos en la moda rápida. Y un 45% manifiesta que tienen dificultades a la hora de resistir la tentación de adquirir moda rápida. Sin embargo, también se percibe un interés creciente por las alternativas sostenibles, el 51% de los encuestados expresa el deseo de abandonar la moda rápida o comprar en menor proporción y el 65% señala su intención de comprar prendas más sostenibles el presente año (Xicota, 2022).

Muchos de ellos no conocen el trasfondo de esta problemática o no les importa, sin embargo, hay quienes comienzan a considerar más la sostenibilidad y la ética en la moda mientras exploran otras alternativas más conscientes (Xicota, 2022).

Este estudio aclaró también las razones por las que quisieran dejar atrás al fast fashion, se tratan de la sostenibilidad, la calidad y la culpa. Son conscientes que la producción a gran escala es perjudicial para el medio ambiente, desean comprar prendas de mayor calidad y en marcas más sostenibles (Xicota, 2022).

De igual forma, Shein inició su actividad comercializando vestidos de novia y posteriormente supo aprovechar la influencia de las redes sociales para promocionar sus productos y además adelantarse a las tendencias emergentes. Este modelo de negocio va dirigido a las mujeres de la generación Z al igual que ThredUp, con un enfoque particular en jóvenes estadounidenses que hacen un uso intensivo de los dispositivos móviles (Crangle, 2021).

Por otro lado, la figura 1 presenta el tamaño de la industria del fast fashion entre 2022 y 2030 en todo el mundo. En ella se observa que se estima un incremento del tamaño de ese mercado para el año 2030, concretamente de 179.500 millones de dólares.

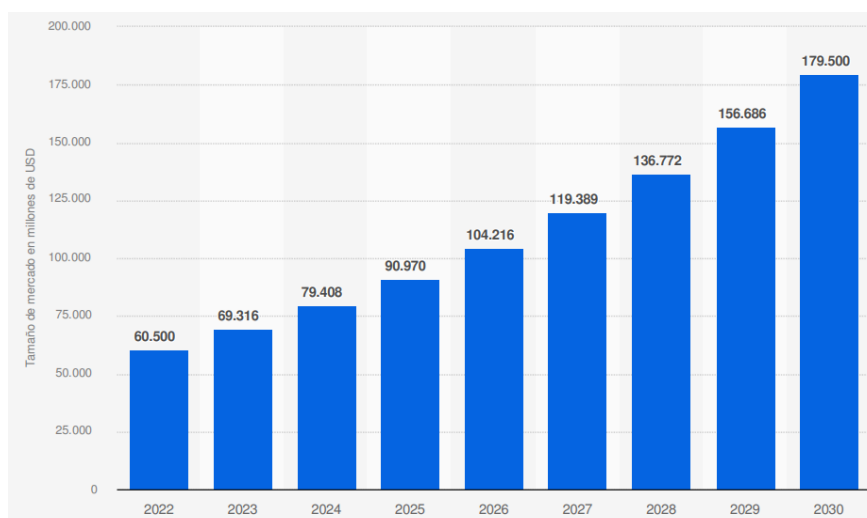


Figura 1: Tamaño de mercado de la industria de moda rápida a nivel mundial entre 2022 y 2030 (Statista, 2024)

Mientras que la figura 2 presenta el pronóstico del mercado de moda rápida y ropa de segunda mano entre 2019 y 2029. Un dato importante a tener en cuenta es que la moda rápida en comparación con la moda de segunda mano, aumentará en menor proporción. De 2019 a

2029 se prevé que el mercado de segunda mano crezca un 185% mientras que la moda rápida incrementará únicamente un 20%. A pesar de que ambas figuras nos indican que el fast fashion y su mercado está en aumento, el auge de la moda de segunda mano es más notorio.

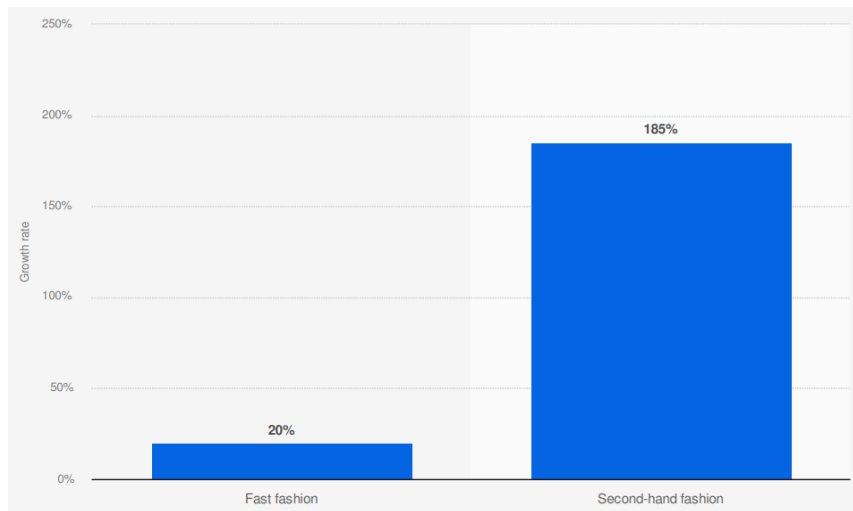


Figura 2: Pronóstico de crecimiento del mercado de moda rápida y ropa de segunda mano entre 2019 y 2029 (Statista, 2024)

Como se puede apreciar en la figura 3, el producto interior bruto ha aumentado así como las ventas de ropa. Sin embargo, el uso ha disminuido, revelando una relación inversa. Esto sugiere que la sociedad compra en mayor cantidad para ponerse menos veces las prendas de ropa, debido a que existe una acelerada sustitución de esas prendas. Esta dinámica fomenta la generación masiva de residuos y por tanto, consecuencias ambientales elevadas.

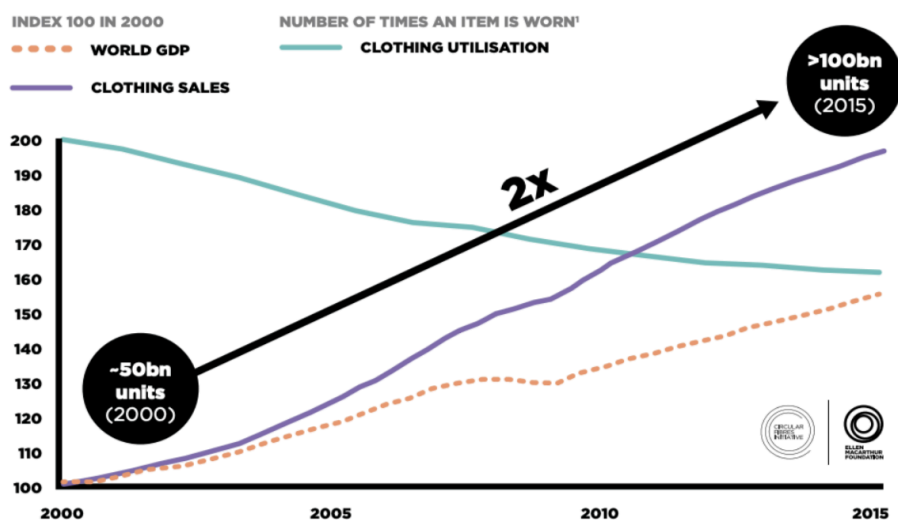


Figura 3: Crecimiento de las ventas de ropa y descenso de su utilización desde el año 2000 hasta el año 2015 (Ellen MacArthur Foundation, 2017)

De igual modo, la figura 4 refleja los hábitos de compra de moda sostenible entre los consumidores de diversos países seleccionados en el año 2022. Se identifican distintos niveles de compromiso con la sostenibilidad a la hora de consumir moda sostenible.

Según los datos, un 71% de los consumidores se declara preocupado por la sostenibilidad, evidenciando un alto nivel de conciencia ambiental y una creciente sensibilidad hacia el impacto del consumo en el medio ambiente. Tan solo un 38%, afirma haber adoptado comportamientos sostenibles, lo que indica que aunque la preocupación es generalizada, solo una parte de los consumidores transforma dicha inquietud en cambios reales a la hora de consumir prendas de ropa. La brecha se acentúa aún más cuando se observa que solo el 12% ha actuado comprando productos sostenibles, representando una distancia considerable entre intención y acción. Finalmente, únicamente un 3% de los encuestados está dispuesto a pagar un precio superior por productos sostenibles, lo que sugiere que el factor económico sigue siendo un obstáculo clave a la hora de tomar decisiones de compra.

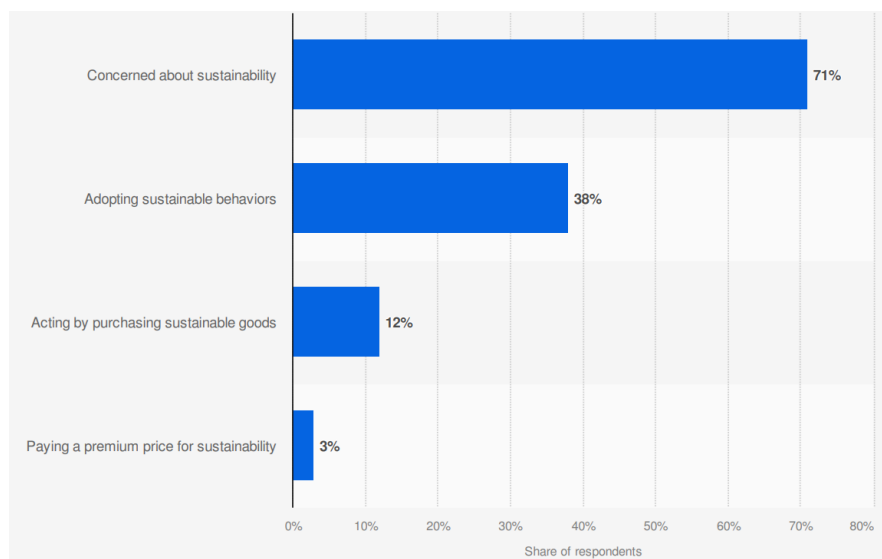


Figura 4: Hábitos de compra de moda sostenible de los consumidores en países seleccionados en 2022 (Statista, 2025)

El análisis del modelo del fast fashion pone de manifiesto la complejidad de las dinámicas que han influido en los hábitos a la hora de consumir, especialmente la generación Z, cuya preferencia por la accesibilidad, actualidad y bajo coste ha impulsado la expansión de la moda rápida. La rápida rotación de inventario, la presencia de las redes sociales y la facilidad de compra han consolidado una cultura de consumo caracterizada por la impulsividad y la adquisición frecuente de prendas de vestir.

Sin embargo, los estudios de ThredUp (2022) revelan una creciente conciencia sobre los impactos negativos de este modelo. Una parte importante de los jóvenes reconoce su adicción al fast fashion y la dificultad para poder resistir la tentación de comprar, además se observa un interés creciente por alternativas más sostenibles y éticas. No obstante, la brecha entre intención y acción sigue siendo evidente, mientras la mayoría de la población expresa una preocupación por la sostenibilidad y desea reducir su consumo de moda rápida, solo una minoría realmente adopta comportamientos de compra sostenibles o están dispuestos a pagar un precio superior por productos responsables (Statista, 2025).

En definitiva, la tendencia del fast fashion ha sido partícipe de la transformación de la industria textil. Si bien ha sido un elemento fundamental en el crecimiento del consumo y ha satisfecho la creciente demanda de clientes que priorizan la innovación y accesibilidad, también ha generado efectos importantes en los ámbitos sociales, económicos y ambientales sin importar cualquiera de las consecuencias. Todos estos aspectos van relacionados con la producción rápida, la explotación laboral en algunas partes del mundo y la generación de residuos textiles, los cuales son temas que plantean desafíos serios que requieren atención y acción.

4. CONSECUENCIAS DEL FAST FASHION

4.1 IMPACTO AMBIENTAL

El modelo de consumo y producción del fast fashion desencadena altos niveles de producción, bajos niveles de reciclaje y bajas tasas de utilización. Esto ocasiona un elevado gasto de fuentes naturales, como son el agua y la energía, así como genera importantes volúmenes de residuos textiles, el uso de productos químicos potencialmente dañinos y consecuentemente, contaminación.

En concreto, según la fundación Ellen MacArthur (2017) la industria depende anualmente de 98 millones de toneladas de recursos no renovables, entre los que se incluyen el petróleo para producir fibras sintéticas y requiere cerca de 342 millones de barriles al año, así como fertilizantes y productos químicos para la fabricación y tratamiento de textiles. El cultivo de algodón implica el uso de unas 200.000 toneladas de pesticidas y 8 millones de toneladas de fertilizantes cada año. Los productos químicos empleados en los procesos de producción, como tintes o tratamientos de acabado, suponen una cantidad significativa del uso de recursos, alrededor de 43 millones de toneladas en total (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

A ello se le suman las sustancias peligrosas que afectan a la integridad física tanto de los trabajadores como de quienes usan la ropa, y las microfibras plásticas se liberan en el medio ambiente y, a menudo, terminan en el océano. Además, los materiales que se utilizan actualmente presentan importantes inconvenientes, lo que los hace inadecuados para un sistema circular. Por ejemplo, el poliéster utiliza grandes cantidades de recursos no renovables y energía fósil para su producción, y el cultivo del algodón requiere grandes cantidades de fertilizantes y pesticidas, así como importantes volúmenes de agua. Estos y otros materiales de uso común tienen diversos efectos negativos para la población y el entorno natural, lo que deja espacio para una importante innovación en materiales (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

La industria textil produce entre 4 000 y 5 000 millones de toneladas de CO₂ anualmente, lo que supone entre un 8% y un 10% de las emisiones globales de dióxido de carbono (Perez, 2020). De hecho, la figura 5 muestra las emisiones previstas de dióxido de carbono en la industria textil de 2019 a 2030 en todo el planeta. Se estima que las emisiones de gases de

efecto invernadero sigan creciendo hasta alcanzar 1243 megatoneladas de CO₂ en el año 2030. (Statista, 2025)

Entre los años 2000 y 2015, la producción del planeta casi se duplicó y se estima que el consumo de ropa y calzado incremente un 63% para el año 2030. Conjuntamente a este crecimiento continuo, también siguen aumentando sus efectos negativos sobre los recursos naturales, el uso del agua, gasto energético y el clima. Por este motivo, resulta tan urgente enfrentar los desafíos relacionados con la producción y consumo de textiles (Comisión Europea, 2022).

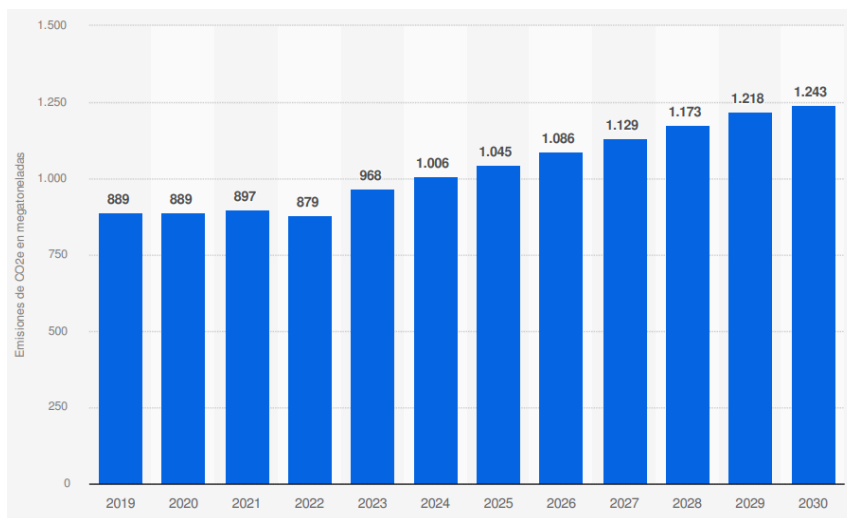


Figura 5: Emisiones previstas equivalentes de dióxido de carbono de la industria de la confección de ropa en todo el mundo de 2019 a 2030 (Statista, 2025)

De acuerdo con la Agencia Europea de Medio Ambiente (2023), de promedio cada habitante de la UE, hizo un uso de 400m² de suelo, 9m³ de agua y 391 de materias primas sólo en el año 2020. Asimismo, dicha actividad generó 270kg de CO₂ por persona (Parlamento europeo, 2020).

El sector textil destaca por su elevado consumo y contaminación del agua, alcanza aproximadamente 7.900.000 metros cúbicos anuales y es el causante del 20% de la contaminación industrial de agua, debido a los procesos de tratamiento textil y tintado de los tejidos. Concretamente, la industria textil consume anualmente 93.000 millones de metros cúbicos de agua, un volumen capaz para que 5 millones de personas puedan subsistir (Naciones Unidas, 2019). De igual modo, para fabricar una camiseta de algodón se necesitan 2700 litros de agua, cantidad equivalente al consumo de agua potable que bebe una persona durante dos años y medio (Van Woensel & Lipp, 2020).

El lavado además libera sustancias químicas y microplásticos en las aguas residuales de cada hogar. Se estima que anualmente cerca de medio millón de toneladas de microfibras plásticas sean vertidas al océano por lavar textiles sintéticos (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Esta industria, participa en más de un tercio en la acumulación de microplásticos de los océanos, con una cifra de 190.000 toneladas al año. Y produce más de 92.000 toneladas de residuos

textiles cada año, de los cuales acaba en vertederos o es sometida a la incineración (Pérez, 2020).

Además, se estima que el 73% de la ropa producida anualmente termine en vertederos o incinerada, contribuye a su vez a la contaminación atmosférica y terrestre. Montañas de ropa desechada se acumulan en el desierto de Atacama (Chile), siendo actualmente el vertedero de ropa más grande del planeta, así como en otros vertederos como es el de Accra (Ghana) que cuenta con una altura de 15 metros. Estos vertederos de ropa ocupan grandes extensiones de tierra, además de contaminar el suelo. Los materiales textiles, sobre todo los sintéticos, tardan cientos de años en degradarse, y es durante este proceso cuando liberan sustancias tóxicas y micro plásticos que se infiltran en la tierra y en las fuentes de agua subterránea, pudiendo llegar a ríos y océanos. Este proceso de descomposición en los vertederos de materiales textiles orgánicos como son el algodón y el lino, generan gases de efecto invernadero, como el metano, que se descomponen y favorecen por tanto al cambio climático (Ecoembes, 2024).

Materiales como el poliéster o el elastano son generalmente plásticos, estos tejidos pueden llegar a tardar 200 años en descomponerse, afectando de la misma forma y siendo desechados en grandes terrenos como los anteriormente mencionados (Guerra, 2022).

Estos procesos de producción textil hacen uso de una gran cantidad y variedad de sustancias químicas. Se emplean alrededor de 3500 sustancias en la producción textil, entre estas sustancias, 750 han sido catalogadas como nocivas para el bienestar de la sociedad y 440 como dañinas para el entorno natural.

A ello, se le suma la creciente incorporación de fibras sintéticas derivadas del petróleo como puede ser el poliéster. Estas fibras no solo demandan importantes cantidades de energía para su fabricación, sino que además emiten emisiones de gases de efecto invernadero y microplásticos. Específicamente, cada proceso de lavado de una carga de ropa de poliéster tiene la capacidad de desprender hasta 700.000 fibras micro plásticas que pueden acceder a la cadena alimentaria (Parlamento Europeo, 2020).

Por otro lado, la presión por reducir costes y acelerar los tiempos de entrega lleva a las empresas a concentrar la producción en países cuyas normativas ambientales son más laxas. Esto ha derivado en prácticas industriales que implican el vertido de aguas residuales contaminadas con colorantes, metales pesados y otras sustancias peligrosas, afectando a la biodiversidad y a la salud de la sociedad (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

En conjunto, estos efectos hacen del fast fashion un modelo insostenible que no solo agota recursos, sino que compromete seriamente los equilibrios globales y creando una huella ambiental grave, aspectos que quedan reflejados en la tabla 1. Esta tabla recoge los principales impactos medioambientales que genera el modelo del fast fashion, clasificados por cada categoría.

CATEGORÍA	IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE
USO DE RECURSOS NATURALES	Uso intensivo de agua, energía y recursos no renovables.
EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO	Elevadas emisiones de CO ₂ , dependencia de combustibles fósiles y uso de materiales contaminantes (como el poliéster), que agravan el cambio climático.
CONTAMINACIÓN DEL AGUA Y DEL SUELO	Vertidos industriales con tintes, metales pesados y químicos nocivos. Degradación de materiales textiles que liberan sustancias tóxicas y microplásticos.
GENERACIÓN DE RESIDUOS	Producción masiva de prendas textiles, gran parte termina acumulada en vertederos o incinerada.
LIBERACIÓN DE MICROPLÁSTICOS	Contaminación de océanos, ríos, riesgos para la biodiversidad y la salud humana a través de la cadena alimentaria.

Tabla 1: Impactos ambientales del modelo del fast fashion. (Elaboración propia)

Frente a este panorama, resulta urgente replantear los modelos de producción y consumo hacia modelos más circulares, basados en la durabilidad, reciclaje y responsabilidad ambiental.

4.2 IMPACTO SOCIAL

Uno de los desafíos que genera la moda rápida está relacionado con la rapidez con la que varía la demanda en el sector. Dado que los plazos de entrega son muy reducidos, la producción se desplaza a países subdesarrollados, donde se suele permitir a las marcas aplicar unas políticas laborales más desfavorables, como es el caso de Bangladesh o Sri Lanka. En gran parte de los casos, las difíciles situaciones económicas obligan a muchos trabajadores a aceptar empleos en condiciones cuestionables para poder sostener a sus familias. Esta problemática puede llegar a ser tan crítica que incluso los menores se vean forzados a contribuir en la economía familiar a través de este tipo de trabajos (Guerra, 2022). Estas condiciones laborales suelen ser precarias, con bajos salarios y con largas jornadas laborales para poder alcanzar los objetivos de forma rápida y eficaz (Ecoalf, 2022a).

Un ejemplo de huella de la moda rápida es el caso de Rana Plaza. El 24 de abril de 2013 hubo un derrumbe en el edificio Rana Plaza, este había sido evacuado el día previo a causa de unas grietas peligrosas. En el edificio de 5 plantas, las tiendas ubicadas en la planta baja se encontraban cerradas, mientras que los talleres de confección obligaron a las trabajadoras ese día a acudir a trabajar bajo la amenaza de retener sus salarios en caso de no obedecer.



Esforzándose por subsistir con salarios extremadamente bajos y sin la protección de un sindicato que velara por sus derechos, la mayoría de las trabajadoras ingresaron ese día en sus respectivas fábricas (Campaña ropa limpia, 2024).

Las marcas conocían el peligro del edificio y sin embargo, no tomaron medidas. Organizaciones de defensa de los derechos laborales y sindicatos habían establecido un acuerdo vinculante que requería la firma conjunta de las marcas y sindicatos para mejorar la seguridad de las fábricas. Sin embargo, dicho acuerdo únicamente fue firmado por dos marcas antes del colapso. Tras la tragedia, tan solo tres semanas después, un conjunto de importantes empresas firmó el Acuerdo sobre Seguridad de Incendios y Edificios en Bangladesh. Este pacto junto con sus posteriores versiones (el Acuerdo Internacional sobre Salud y Seguridad en la Industria Textil y de la Confección) constituyen el motivo por el que Bangladesh, que antes del año 2013 registraba frecuentemente gran cantidad de víctimas en las fábricas de confección, no ha vuelto a encarar catástrofes de similar magnitud desde entonces (Campaña Ropa Limpia, 2024).

No obstante, la tragedia del Rana Plaza no fue provocada únicamente por una estructura no segura, sino a la presión ejercida sobre los trabajadores, quienes se vieron obligados a acudir a trabajar ante la amenaza de retener los salarios, siendo tan reducidos que los trabajadores suelen tener que enfrentar grandes deudas (Campaña Ropa Limpia, 2024).

La seguridad de los edificios ha cambiado desde entonces, no obstante, los salarios de los trabajadores siguen siendo muy bajos, teniendo que aguantar las precarias condiciones de trabajo (Salvá, 2021).

Además, la moda rápida fomenta una dinámica de consumo inviable a largo plazo, refuerza valores como la inmediatez, el bajo coste y la desechabilidad. Afectando negativamente al comportamiento del consumidor así como la percepción del valor del trabajo humano que hay detrás de cada prenda. Así pues, también contribuye al desplazamiento de industrias textiles locales a países cuyos costes, producción o impuestos son menores. La globalización de la producción ha hecho que muchas pequeñas empresas nacionales no puedan competir en precios ni en volumen, lo que agrava el desempleo y la pérdida de saberes tradicionales, en términos mayores ha provocado la desestructuración del tejido local.

Desde el punto de vista de las zonas de las que se marchan las fábricas, es decir, de los países desarrollados, el modelo del fast fashion ha provocado un proceso de desindustrialización progresiva, especialmente en regiones donde la industria de la moda tenía un peso estratégico en la economía global. Este fenómeno ha contribuido al aumento del desempleo, sobre todo en sectores que anteriormente proporcionaban empleo a una gran parte de la población como es el textil. Además también promueve la desaparición de empleos sociales, aquellos que están vinculados a la economía local y artesanía. Con ello, se quiebra la cadena de valor local, reduciendo las oportunidades para las generaciones más jóvenes y minando la cohesión social en territorios antes caracterizados por su productividad. Por otro lado, el cierre de talleres, cooperativas y pequeñas fábricas ha derivado en una erosión cultural profunda. Se

pierde conocimientos transmitidos durante generaciones, junto con los valores de sostenibilidad, comunidad y calidad que acompañaban a la producción artesanal. La industria por tanto al priorizar el volumen y la rapidez sobre la calidad y ética, destruye la apreciación del trabajo artesanal, efecto visiblemente perjudicial para la sociedad.

A su vez, este modelo se sostiene sobre una cadena de producción global donde existen marcadas desigualdades sociales y de género, en este sector la mayoría de trabajadores son mujeres.

Tal y como señala la Tabla 2, se muestran los diferentes impactos que ocasiona la moda rápida. Con ella, se intenta ofrecer una visión más clara de las consecuencias sociales derivadas de este modelo de producción y consumo, afectando tanto a países de origen como de destino.

CATEGORÍA	IMPACTO SOCIAL
PAÍSES DE ORIGEN (afectados por la deslocalización)	Pérdida de empleos, desindustrialización y erosión cultural.
PAÍSES DE DESTINO (donde se deslocalizan las empresas)	Explotación laboral, trabajo infantil y condiciones laborales precarias.
IMPACTO EN LOS TRABAJADORES EN PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO	Salarios bajos, falta de derechos y salud laboral.
DESIGUALDAD DE GÉNERO	Mujeres explotadas en fábricas.

Tabla 2: Impacto social del modelo del fast fashion (Elaboración propia)

Así pues, el fast fashion no solo genera un consumo insostenible, sino que perpetúa dinámicas de desigualdad social para sostener un modelo de producción y consumo que prioriza la inmediatez y el bajo coste sobre los derechos humanos.

4.3 IMPACTO ECONÓMICO

El modelo del fast fashion ha transformado radicalmente la economía de la industria textil a nivel global. Está basado en la producción acelerada de prendas de bajo coste y colecciones constantes, de manera que incentiva un consumo masivo y frecuente. Este fenómeno ha generado grandes beneficios económicos, sin embargo, presenta repercusiones significativas a medio y largo plazo.

Uno de los pilares fundamentales sobre los que se sostiene el modelo del fast fashion es la globalización, este se trata del proceso mediante el cual las economías se integran de forma creciente a nivel mundial (Fanjul, 2021). Gracias a ello, la industria se ha transformado profundamente, permitiendo a las empresas expandirse internacionalmente y poder acceder a mercados emergentes. Cabe destacar que la deslocalización está estrechamente ligada a la



globalización, al crear una interconexión entre países, hace que sea mucho más fácil trasladar la producción a países en vías de desarrollo y por tanto, reducir los costes operativos, poder penetrar en mercados extranjeros, establecer acuerdos de cooperación entre empresas, acceder a regulaciones más laxas y poder operar en entornos donde las consecuencias medioambientales suelen pasar desapercibidas.

Si bien los bajos salarios representan un incentivo atractivo para las empresas a la hora de deslocalizarse, no son el único factor determinante en los costes totales, la innovación tecnológica y la mano de obra cualificada también adquieren relevancia. Además, el entorno donde se localiza la producción influye de manera decisiva en la eficiencia y competitividad de las empresas (Myro y Fernández-Otheo, 2004).

Además, el modelo contribuye a profundizar las desigualdades, mientras que una minoría obtiene grandes beneficios económicos, millones de trabajadores de países subdesarrollados se enfrentan a percibir bajos salarios, condiciones laborales precarias y jornadas extensas para poder sobrevivir.

La figura 6 muestra la evolución del porcentaje de participación del comercio en el PIB mundial entre los años 2000 y 2023. Se puede apreciar la participación del comercio internacional en la economía mundial (representado por el PIB) y por tanto también el grado de globalización económica. Es posible contemplar una tendencia creciente entre 2001 y 2008, coincidiendo con una fuerte expansión económica, en 2009 ocurre una caída abrupta relacionada con la crisis financiera de 2008, comenzó en Estados Unidos pero se extendió velozmente gracias a la globalización afectando a mercados financieros y economías de todo el mundo. Entre 2010 y 2012 hay una recuperación y más tarde se muestran altibajos. Sin embargo, en 2022 se observa un repunte, el cual es una recuperación temporal tras la apertura de las economías después de la COVID-2019. Esta evolución respalda la idea de, pese a las crisis temporales, la globalización continúa siendo un motor clave en el modelo del fast fashion, facilitando el declive de la industria textil local al ser incapaz de competir con los bajos precios que ofrecen las empresas que utilizan el modelo de deslocalización en el fast fashion.

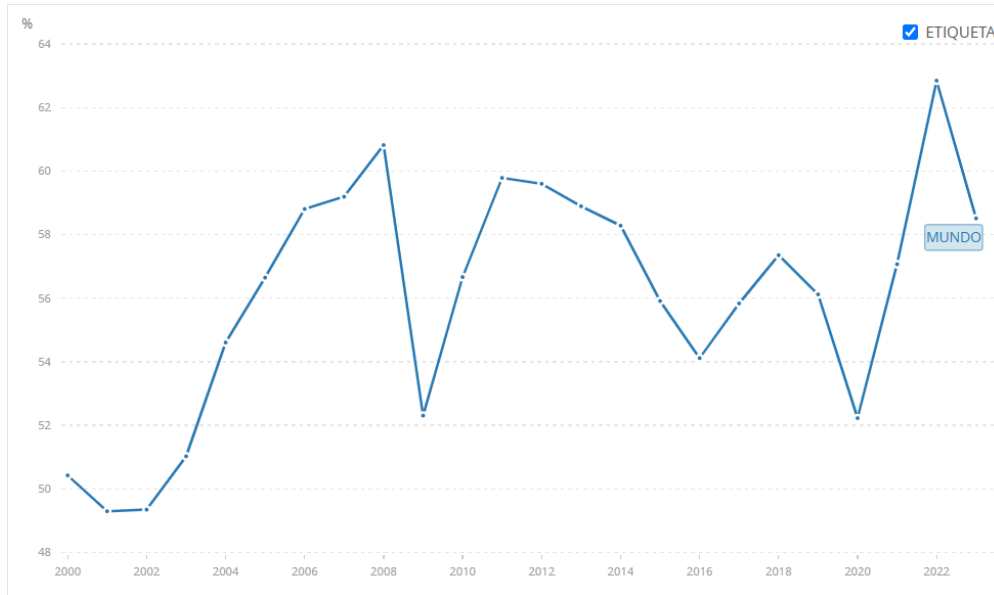


Figura 6: Comercio (% del PIB) (Banco Mundial, 2025)

Asimismo, la figura 7 refleja los ingresos generados por la venta de prendas de vestir en todo el mundo entre los años 2014 y 2028. Esta figura muestra una evolución ascendente de los ingresos globales del sector de la moda, comenzando en 2014 con 1,54 billones de dólares e ir aumentando hasta 1,58 en 2019. No obstante, hubo una gran caída en el año 2020, como consecuencia de la crisis sanitaria de la COVID-19, a pesar de ello, el modelo del fast fashion demostró una rápida recuperación. Esta evolución ilustra claramente y refuerza la anterior idea sobre cómo la globalización y la deslocalización han impulsado el crecimiento económico del sector.



Figura 7: Ingresos generados por la venta de prendas de vestir a nivel mundial entre 2014 y 2028 (Statista, 2024)

Por otro lado, de igual modo que la industria textil fue un elemento clave en la industrialización, también lo ha sido en su declive (Llonch y Deu, 2016)

Esta deslocalización ha originado el cierre progresivo de fábricas tradicionales que no han sido capaces de competir en precio ni volumen con las grandes multinacionales del fast fashion. Como consecuencia, muchas ciudades han sufrido un proceso de desindustrialización, caracterizado por el abandono de actividades que anteriormente han constituido el motor económico de una región.

Ciudades como Alcoy, ilustran el proceso de desindustrialización como consecuencia del fast fashion. Esta ciudad ha sido históricamente conocida por su industria textil, destacando por la fabricación de tejidos de lana y otros productos de alta calidad (Llonch y Deu, 2016). La integración de países con ventajas competitivas en el mercado internacional, junto con la liberalización del comercio y globalización de la producción, colocaron a la industria de Alcoy y las comarcas de l'Alcoià, El Comtat y la Vall d'Albaida en una situación de crisis. Este proceso se agravó con la recesión económica de 2008, que aceleró el cierre de fábricas y la pérdida de empleo en la zona (Pitarch-Garrido y Albertos, 2018).

La desindustrialización en Alcoy se ha traducido en una reducción drástica del número de empresas industriales, empleo y contribución del sector al Valor Añadido Bruto (VAB) regional, que representa la diferencia entre la producción y los consumos intermedios (Banco de España, 2024). Según los datos de la contabilidad Regional de España, la industria manufacturera valenciana pasó de representar el 19,5% del VAB regional en el año 2000 al 12,3% en 2009, y la cantidad de industrias se redujo en un 23,4% en el mismo periodo, perdiendo de esta forma gran peso económico y social (Pitarch-Garrido y Albertos, 2018).

A pesar de estas dificultades, Alcoy y otras regiones del interior valenciano han buscado estrategias para recuperarse mediante la innovación, fortalecimiento de las redes empresariales y una apuesta por sectores de mayor valor añadido. Sin embargo, la competencia global y la deslocalización siguen siendo obstáculos importantes. (Pitarch-Garrido y Albertos, 2018). En resumen, Alcoy representa uno de los muchos casos europeos donde los efectos del fast fashion no solo se miden en términos económicos, sino también sociales y culturales.

Por ende, la desindustrialización también contribuye al declive de la industria textil local, perjudicando a los propios países ya que no pueden competir con los precios tan bajos, suponiendo tener dependencia del exterior y una pérdida de tejido productivo.

Esta pérdida de actividad industrial, afecta a toda la estructura económica del entorno, influyendo de esta forma en las pequeñas y medianas empresas que prestaban servicios a las grandes fábricas y se ven afectadas por la caída de la demanda. Aspecto que genera un efecto dominó que contribuye al debilitamiento de las economías locales.

También contribuye a la dependencia del exterior, al deslocalizar la producción, los países pierden su capacidad industrial tal y por ende su autosuficiencia en la producción textil. Ante cualquier interrupción de la cadena de suministro, los países importadores se ven gravemente afectados al no contar con una estructura productiva suficientemente sólida y depender tanto

de los países exportadores, por ello se incrementa la vulnerabilidad frente a crisis o economías globales.

Esta dependencia del exterior también conlleva la necesidad de desarrollar políticas correctivas como pueden ser los subsidios a las industrias locales o programas de reindustrialización, y suponen un gasto adicional para los presupuestos públicos, generando costes económicos indirectos a largo plazo.

La tabla 3 recopila la información expuesta anteriormente sobre las consecuencias económicas de la moda rápida, señalando así la serie de efectos económicos que afectan tanto a países desarrollados como emergentes.

CATEGORÍA	IMPACTO ECONÓMICO
GLOBALIZACIÓN Y DESLOCALIZACIÓN	Permite trasladar la producción a países con menores costes económicos y normativas más laxas. Favorece la competitividad de las multinacionales pero acentúa las desigualdades económicas y sociales en los países en vías de desarrollo.
DESINDUSTRIALIZACIÓN	Cierre progresivo de fábricas tradicionales que no pueden competir con el modelo del fast fashion. Provoca abandono de sectores productivos en países desarrollados.
DEBILITAMIENTO DE ECONOMÍAS LOCALES	La pérdida de industria afecta a PYMES, genera desempleo y reduce la actividad industrial.
DEPENDENCIA DEL EXTERIOR	Vulnerabilidad frente a crisis o economías globales.
PROFUNDIZACIÓN DE DESIGUALDADES	Las grandes ganancias de las empresas contrastan con las precarias condiciones laborales y pobreza.

Tabla 3: Impactos económicos del modelo del fast fashion (Elaboración propia)

Así pues, este modelo de producción y consumo pone en evidencia los graves desequilibrios económicos que conlleva, además de erosionar el tejido tradicional de la industria de la moda textil y promover también una economía lineal de usar y tirar. A largo plazo, estos efectos repercuten negativamente en el gasto público, en el deterioro ambiental, en el debilitamiento de la economía local, incrementos de desigualdad social y en la necesidad de creación de políticas correctivas que suponen más costes económicos.

5. ALTERNATIVAS A LA MODA RÁPIDA

El análisis de la problemática del fast fashion ha evidenciado la necesidad de identificar las posibles alternativas para un futuro más sostenible. Y es que con una creciente conciencia ambiental y popularidad de la sostenibilidad, resulta todo un desafío mantener el nivel de consumo con prácticas más respetuosas (Cámara de Sevilla, 2023). Sin embargo, a medida que la huella ambiental va haciendo hincapié en la sociedad, los consumidores han demandado un cambio vital, transformando la manera en la que se produce, distribuye y consume la ropa (Pastrana y Almanza, 2021).

Existe una gran variedad de modelos alternativos a la moda rápida como son la moda sostenible, moda ética, moda lenta y economía circular, que incluye modelos de negocio circulares como la ropa de segunda mano, el alquiler de ropa y el upcycling.

5.1 MODA SOSTENIBLE

La moda sostenible ha cobrado cada vez más importancia como respuesta a los problemas derivados del fast fashion. Su principal objetivo es minimizar los efectos negativos que conlleva el proceso de la producción textil y fomentar prácticas responsables en la cadena de suministro (Cámara de Sevilla, 2023).

Recientemente, ha aumentado el interés de más marcas por la moda sostenible y los consumidores van siendo más conscientes de la magnitud de utilizar prendas y tejidos respetuosos con el medio ambiente (Universitat Carlemany, 2024). Marcas como Ecoalf (2022b) son un claro ejemplo de firmas que se han posicionado como líderes globales en el sector de la moda sostenible. Se fundó en 2009 y emplea materiales reciclados para confeccionar prendas funcionales y sofisticadas. Entre los materiales utilizados se encuentran botellas de plástico, redes de pesca y neumáticos, los cuales son transformados en textiles de buena calidad.

En la figura 8 se aprecia que la moda sostenible ha cobrado más relevancia en las últimas décadas. Desde el año 2013 con un 2,11% de ventas en el mercado de moda sostenible hasta 2026 donde se prevé que aumente hasta un 6,14% de ventas. Esto reafirma que la popularidad de la moda sostenible ha ido aumentando con el tiempo. Por tanto, la moda sostenible representa una de las principales alternativas para minimizar los impactos ambientales de la moda rápida sin reducir la calidad (Universitat Carlemany, 2024).

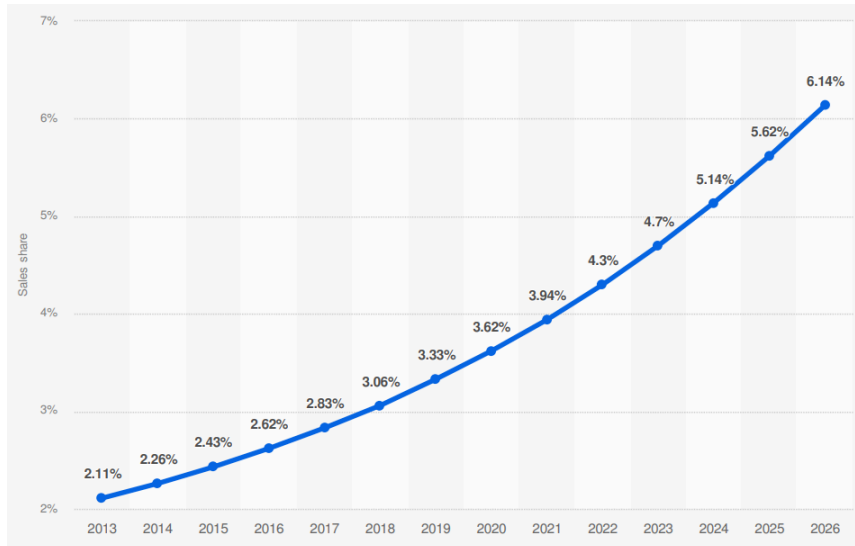


Figura 8: Participación en los ingresos del mercado de ropa sostenible a nivel mundial de 2013 a 2026 (Statista, 2025)

La moda sostenible impulsa una profunda transformación de la industria, que va más allá de cómo se gestionan las prendas cuando llegan al final de su vida útil. Es un enfoque innovador que debería aplicarse en las etapas de la cadena de producción a través del diseño ecológico, eficiencia de fabricación, reciclaje y reparación de prendas (Deutsche Bank, 2023).

5.2 MODA ÉTICA

La moda ética es un enfoque que defiende el trato justo y equitativo de las personas involucradas en la cadena de suministro, mediante condiciones laborales justas, salarios dignos y ambientes de trabajo seguros, eliminando prácticas como el trabajo infantil (Fieito, 2023). Se trata de un movimiento que transforma la industria hacia un modelo más justo, donde se valora tanto el bienestar del factor humano como del animal y del cuidado del planeta.

De igual modo que la moda sostenible, la moda ética está en pleno auge, se prevé que vaya aumentando su valor hasta llegar en el año 2028 a 12.057,67 millones de dólares, su aceptación con el paso de los años véase en la figura 9.

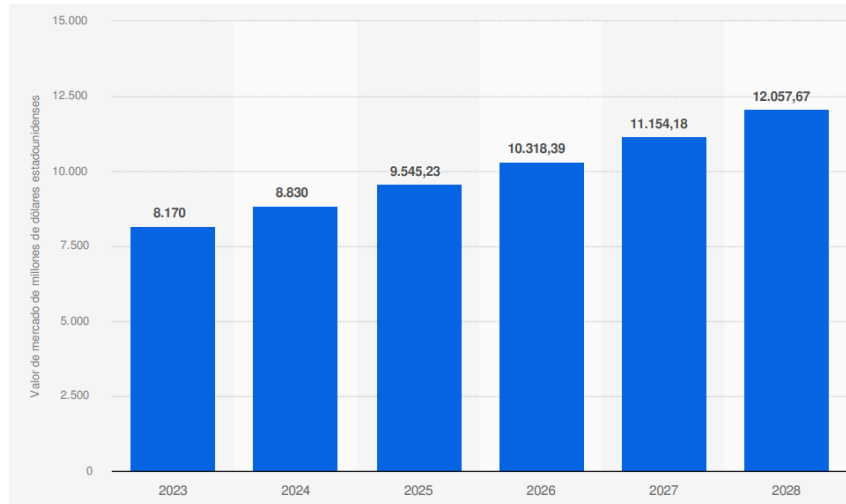


Figura 9: valor estimado del mercado de la moda ética en todo el mundo de 2023 a 2028 (Statista, 2024)

A nivel social la moda ética contribuye a preservar trabajos tradicionales, fortalecer economías locales y fomentar una relación entre consumidor y producto, revalorizando así el trabajo humano que hay detrás de cada prenda.

5.3 SLOW FASHION O MODA LENTA

A menudo se tiende a confundir la moda sostenible con la moda lenta o slow fashion dado que son conceptos estrechamente relacionados. La moda sostenible es un concepto más amplio que engloba todas aquellas prácticas que minimizan el impacto ambiental y social, mientras que el slow fashion, es un movimiento dentro de ese marco sostenible, centrado principalmente en reducir el ritmo de producción y consumo de la sociedad. A menudo destaca por el trabajo artesanal y hecho a mano, cuyo propósito es salvaguardar las técnicas ancestrales y estimular la creatividad. Este enfoque persigue la elaboración de prendas de alta calidad, además de respaldar y reconocer la artesanía.

La Tabla 4 muestra la comparación entre los términos moda sostenible y moda lenta para poder identificar sus similitudes y diferencias clave. Ambas comparten el objetivo de reducir el impacto negativo de la industria textil, sin embargo presentan diferencias como en el enfoque, la moda sostenible abarca más variedad de estrategias y prácticas orientadas a la sostenibilidad, mientras que la moda lenta se centra en el cambio de hábitos y valores culturales relacionados con la producción y consumo, con el fin de desarrollar productos exclusivos que preserven la tradición e identidad cultural (Blaugab, 2023).

CRITERIO	MODA SOSTENIBLE	MODA LENTA
ENFOQUE	Más amplio	Más específico
PROPÓSITO	Sostenibilidad ambiental y social	Cambio cultural a la hora de producir y consumir

PRODUCCIÓN	A gran escala	Producción local y técnicas artesanales
CONSUMO	Enfocado en materiales y procesos sostenibles	Enfocado en prendas duraderas, atemporales y con valor emocional

Tabla 4: Comparación entre moda sostenible y moda lenta (Elaboración propia)

Concretamente, el concepto de moda lenta o slow fashion es una corriente que fue introducida por Fletcher (2010) como reacción al fast fashion. Se inspira en el movimiento de slow food (Barcelona Culinary Hub, 2022). Este concepto se conoce como comida lenta, promueve el disfrute de la comida de forma pausada y consciente.

La moda lenta promueve una desaceleración, ofreciendo un respiro frente a la gran sobreproducción y excesivo consumo impulsados por la moda rápida. Desde esta perspectiva, se valora el tiempo necesario para cada proceso, lo que permite a todos los actores de la cadena de valor desempeñar su labor de una manera ética y responsable (Rey, 2020).

5.3.1 BASES DE LA MODA LENTA

Entre las bases principales de la moda lenta destacan la calidad, la durabilidad y el prolongado tiempo de vida útil de las prendas de ropa, lo que permite reducir la necesidad de reemplazo constante y disminuir el impacto ambiental. Los tiempos de producción y reposición son más lentos, evitando los ciclos acelerados característicos de la moda rápida. Este enfoque fomenta la creación de colecciones atemporales, diseñadas para trascender en las tendencias pasajeras y favorecer su uso a largo plazo. Asimismo, la moda lenta promueve condiciones laborales justas, garantizando salarios dignos y condiciones de trabajo seguras para las personas involucradas en el proceso productivo. Finalmente, la disminución de la huella de carbono y la búsqueda del objetivo de desecho cero son pilares esenciales en este modelo (Rey, 2020).

El movimiento de la moda lenta afirma que la moda puede ser ética, creativa y sostenible. Y es que quienes apoyan este enfoque, sostienen que al elegir prendas de mayor duración, contribuyen disminuyendo el impacto ambiental y favorecen condiciones de trabajo más equitativas (Sanz, 2023).

De hecho, el slow fashion apuesta por un cambio cultural con algunas estrategias como es el “armario cápsula”. Este término consiste en crear un fondo de armario práctico a partir de un conjunto de prendas básicas de ropa de buena calidad (Pérez et al., 2025).

Su objetivo es optimizar el uso de cada prenda a través de combinaciones funcionales y atemporales, reduciendo de esta forma el consumo innecesario de grandes cantidades de ropa.

5.4 ECONOMÍA CIRCULAR

Este modelo económico se caracteriza por minimizar el desperdicio y optimizar el uso de los recursos disponibles. A través de un enfoque orientado a ofrecer soluciones para abordar desafíos globales como la crisis climática, la merma de biodiversidad, la generación de desechos y la contaminación (Ellen MacArthur Foundation, 2025). Se respalda en una transición hacia energías y materiales renovables, lo que contribuye a prolongar el ciclo de vida de los productos (Parlamento Europeo, 2023).

5.4.1 PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

a. Diseñar para eliminar residuos y contaminación

La economía actual opera con un sistema de extracción, fabricación y desecho. Se extraen materias primas de la tierra, se fabrican productos con ellas y más tarde se desechan esos productos, sistema el cual no puede funcionar a largo plazo por ser los bienes finitos. Gran parte de productos podrían circular mediante su mantenimiento, intercambio, reutilización, reparación y reciclaje. Además de devolver a la tierra alimentos o materiales biológicos para regenerarla, impulsando de esta forma, la producción de nuevos alimentos y materiales (Ellen MacArthur Foundation, 2022a).

b. Circulación de productos y materiales

El segundo principio de la economía circular es maximizar el valor de los productos y materiales, manteniéndolos en uso ya sea como materia prima, componente o producto. Y en consecuencia no se generen residuos y se pueda conservar el valor intrínseco de productos y materiales.

La figura 10, muestra el diagrama de la mariposa para ilustrar el funcionamiento de la economía circular. Representa el flujo continuo de materiales a través de dos tipos de ciclos por los que los productos circulan. El ciclo técnico, es el azul y el ciclo biológico, el verde. Ambos tratan de disminuir al máximo las fugas y los efectos negativos.

En el ciclo técnico, los productos se reutilizan, reparan, remanufacturan y reciclan. Los primeros pasos del ciclo técnico están enfocados en preservar el mayor valor total de sus productos. Cuando un producto ya no puede seguir utilizándose en su forma original, sus componentes pueden ser remanufacturados para darles una nueva vida. Aquel material que no resulta adecuado para la remanufactura puede descomponerse en sus materias primas esenciales y reciclarse. Si bien el reciclaje constituye la última alternativa por suponer una cierta pérdida de valor, sigue siendo fundamental para asegurar que los materiales permanezcan en circulación del sistema económico y no acaben transformándose en desechos (Ellen MacArthur Foundation, 2022b).

Por otro lado, en el ciclo biológico, los materiales biodegradables regresan nutrientes a la tierra y mediante procesos como pueden ser el compostaje y la digestión anaeróbica. El compostaje es un procedimiento biológico aerobio que bajo condiciones reguladas de

ventilación, temperatura y humedad, los residuos orgánicos se convierten en un producto estable e higiénico para volver a integrar los compuestos en el suelo (Ministerio para la transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2022). Por su parte, la digestión anaeróbica comprende un proceso biológico en el que una diversos microorganismos descomponen la biomasa en condiciones de ausencia de oxígeno (Genia Bioenergy, 2025).

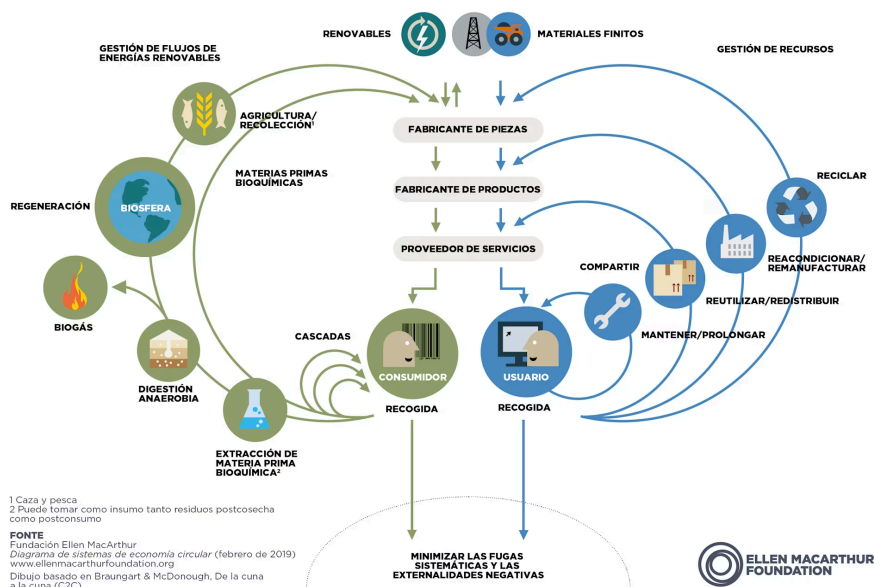


Figura 10: Diagrama mariposa (Ellen MacArthur Foundation, 2019)

Algunos productos como las prendas de algodón o muebles de madera pueden transitar tanto por el ciclo técnico como el biológico. Inicialmente estos productos pueden permanecer en uso, ser reutilizados, reparados e incluso reciclados. Sin embargo, cuando ya no es posible prolongar su vida útil, pueden regresar al ciclo biológico. Y al ser compostados o sometidos a digestión anaeróbica, sus componentes orgánicos nutren la tierra, para así cerrar el ciclo y permitir la producción de nuevos materiales renovables (Ellen MacArthur Foundation, 2022b).

Para facilitar la comprensión del diagrama de la mariposa, se ha elaborado la tabla 5, la cual representa de manera clara y estructurada los datos relevantes, permitiendo de esta manera una mejor interpretación y análisis.

TIPO DE CICLO	TÉCNICO	BIOLÓGICO
PROPÓSITO	Conservar o reutilizar los recursos	Regenerar la naturaleza
MATERIALES	Materiales no biodegradables: ropa sintética, electrodomésticos	Materiales orgánicos: fibras naturales, residuos alimentarios, materiales compostables

Tabla 5: Diferencias entre ciclo técnico y ciclo biológico (Elaboración propia)

c. Regenerar los sistemas naturales

El tercer principio de la economía circular es la regeneración de la naturaleza. Al evolucionar de una economía lineal a una circular se modifica el enfoque de la extracción hacia la regeneración. En vez de agotar los recursos y deteriorar los ecosistemas, se construye el capital natural.

El modelo regenerativo imita los ciclos de la naturaleza, donde no existen residuos (Ellen MacArthur Foundation, 2022c).

Asimismo, la transición hacia fuentes de energía renovable permitirá únicamente por sí sola abordar el 55% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. Mientras que el 45% restante, está vinculado a la manera en qué producimos y consumimos bienes y alimentos, así como la gestión del suelo. Solo en el sector alimentario los beneficios económicos, sociales y ambientales derivados de la adopción de un modelo circular podrían alcanzar los 2,7 billones de dólares anuales para el 2050 tal y como afirma la fundación Ellen MacArthur (2022c). La fundación Ellen MacArthur (2022c) también defiende que si la industria alimentaria implementara los principios de la economía circular podría reducir a la mitad sus emisiones previstas de gases de efecto invernadero para ese mismo año.

La economía circular contrasta con el modelo lineal, en vez de comprar, usar y desechar la ropa, opta por un sistema regenerativo y sostenible ya que los recursos, productos y materiales se reutilizan. Prácticas como son el upcycling, reciclaje y ropa de segunda mano forman parte de la economía circular.

5.4.2 ROPA DE SEGUNDA MANO

La ropa de segunda mano es una clara alternativa a la moda rápida, forma parte de la moda sostenible y consiste en prendas que ya han sido utilizadas por otras personas anteriormente que vuelven a entrar en el mercado para reutilizarse. Suele ser una práctica más sostenible y más económica, práctica que cada vez tiene más público. Marcas como Freitag, se unen al modelo circular a través del alquiler Freitag Rent. Se une a marcas renombradas como Decathlon, H&M o Nike que han lanzado sus prestaciones de alquiler (Zijp, 2025).

La figura 11 representa el valor del mercado mundial de ropa de segunda mano de los años 2021 a 2029. Evidencia que además de aumentar las ventas de la moda sostenible, también ha aumentado el valor del mercado de ropa de segunda mano y se estima que siga creciendo hasta alcanzar los 367 billones de dólares.

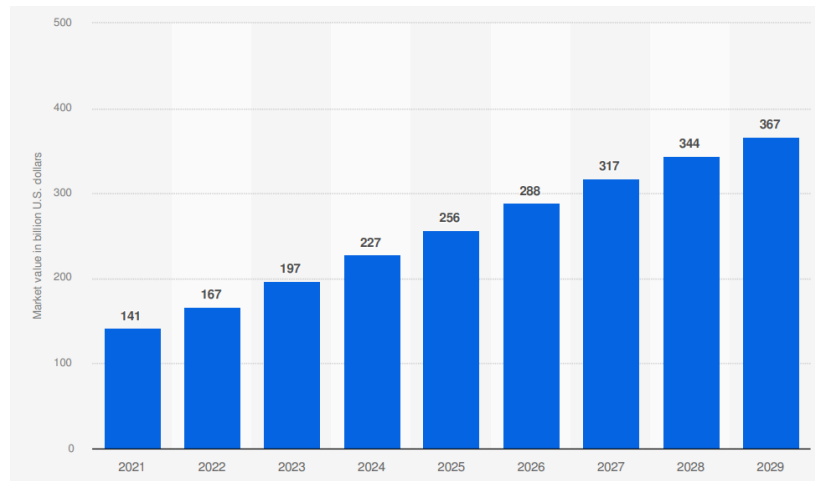


Figura 11: Valor del mercado mundial de ropa de segunda mano de 2021 a 2029 (Statista, 2025)

Este enfoque se alinea con los fundamentos de la economía circular ya que prolonga el ciclo de vida de las prendas, minimiza la demanda de nuevos recursos y limita la generación de residuos.

Desde una perspectiva económica y social, el mercado de segunda mano democratiza el acceso a la moda sostenible al ofrecer precios asequibles sin renunciar a la calidad. Por tanto, para que la ropa de segunda mano se consolide como una solución circular, es necesario integrarla en estrategias más amplias que fomenten el consumo responsable.

5.4.3 UPCYCLING

El llamado upcycling o suprareciclaje es una práctica que transforma materiales o productos que ya no son útiles en unos de una calidad superior, mayor valor ecológico y económico. Mientras que el reciclaje tradicional requiere descomponer los materiales para reutilizar la materia prima, el upcycling apuesta por dar una nueva vida de manera creativa y transformadora, dando valor a los residuos y alejándose de los modelos de economía lineales (Repsol, 2024). El concepto ha adquirido relevancia como resultado de los retos medioambientales derivados de la acumulación de residuos y sobreexplotación de los recursos naturales. En este sentido, conforme aumenta la concienciación acerca de la relevancia de la economía circular y la disminución de consumo de recursos, el suprareciclaje adquiere protagonismo como una práctica innovadora y creativa que favorece la sostenibilidad y aminora la huella ecológica. citar o ver si es el mismo link (Repsol, 2024).

El compromiso por dar una nueva vida a los productos y materiales contribuye a disminuir los residuos que llegan a vertederos, paliando así la contaminación y degradación de ecosistemas. Se pueden transformar prendas viejas o desechadas a través de decoloración, técnicas de corte o costura para darles una nueva vida (Repsol, 2024).

El upcycling es una acción dentro de la estrategia de la economía circular. De hecho, el sector de la moda es uno de los sectores pioneros al implementar proyectos de upcycling (BBVA, 2025). Por ejemplo, la anteriormente mencionada marca Freitag (2025) implementa también el upcycling, la marca suiza fabrica bolsos y accesorios principalmente a partir de lonas de camión usadas, cinturones de seguridad y airbags desechados, dándoles así una segunda vida útil sin pasar por un proceso industrial de reciclaje convencional. En vez de transformar los materiales en materias primas de nuevo, reutiliza los materiales, adaptándolos y convirtiéndolos en bolsos únicos y funcionales. Este proceso de suprareciclaje permite extender la vida útil de los materiales, reducir residuos y disminuir emisiones de dióxido de carbono.

Y es que cada vez existen más soluciones para evitar que la ropa termine en vertederos, representando avances significativos para pasar de un modelo lineal a uno circular (Tierra Madre, 2025).

5.4.4 RECICLAJE

El reciclaje se basa en recuperar y transformar productos desechados para darles un nuevo uso. De esta forma vuelven a transformarse en materias primas para ser reutilizados, reduciendo así la producción de materiales nuevos, el consumo de energía y la contaminación (Pacto Mundial, 2025).

Cabe destacar que el reciclaje y el upcycling no son lo mismo aunque ambos son estrategias que forman parte de la economía circular. Por ello, en la tabla 6 se comparan ambos términos. Mientras que el reciclaje transforma los materiales en algo nuevo desde cero, el upcycling transforma el producto sin destruirlo y aportándole un valor adicional. Tanto uno como otro reducen la emisión de residuos, no obstante, el upcycling tiene un menor impacto. Al igual que con el consumo, el upcycling tiene un menor consumo de recursos. Ambos son útiles y complementarios dentro de la estrategia de la economía circular, sin embargo, el upcycling puede ser más sostenible.

CRITERIO	RECICLAJE	UPCYCLING
PROPÓSITO	Volver a procesar materiales para hacer nuevos productos	Reutilizar materiales de una manera creativa para crear nuevos productos con mayor valor
PROCESO	Descomposición y transformación industrial	Semi industrial o artesanal, sin descomposición
CONSUMO	Requiere energía, agua y a veces productos químicos	Bajo consumo de recursos
IMPACTO AMBIENTAL	Reducción de residuos,	Reduce residuos con bajo

	Puede implicar huella ecológica	impacto ecológico
--	---------------------------------	-------------------

Tabla 6: Comparación entre Reciclaje y Upcycling (Elaboración propia)

Por otro lado, marcas como H&M implementan el reciclaje en su modelo de producción. La figura 12 representa la cantidad de prendas recicladas y reutilizadas por H&M en todo el mundo de 2013 a 2024 expresada en toneladas métricas. Los datos permiten identificar distintas fases en esta evolución, lo que resulta relevante para poder entender el compromiso de la industria. Durante el periodo comprendido entre 2013 y 2019, se observa una tendencia ascendente, aumentando de 3.047 toneladas a 29.005 toneladas métricas en 2019, siendo su punto máximo. Sin embargo, a partir de 2020 hubo un descenso notable en la cantidad de prendas recolectadas probablemente por el inicio de la pandemia por COVID-19. A partir de 2023, ha habido una recuperación con 16.855 toneladas recolectadas y 17.100 en 2024., indicando una tendencia positiva que podría consolidarse en los próximos años.

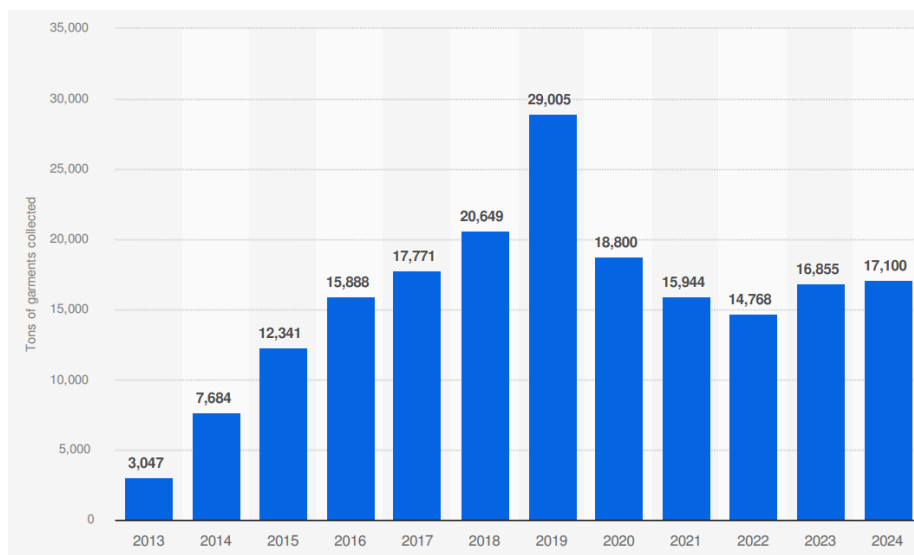


Figura 12: Cantidad de prendas recolectadas por el programa de reutilización y reciclaje de H&M en todo el mundo de 2013 a 2024 (Statista, 2025)

En resumen, el reciclaje y el suprareciclaje son fundamentales para avanzar hacia una economía circular más sostenible, siendo el upcycling una alternativa especialmente eficiente para reducir el impacto ambiental. La combinación de ambas estrategias es esencial para lograr una gestión más responsable de los recursos en la industria textil.

5.4.5 BENEFICIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Es posible asociar diversos beneficios a la economía circular, tal y como la minimización de emisiones totales anuales de gases de efecto invernadero con el propósito de proteger el medio ambiente. Con este fin, el reciclaje y la reutilización de productos también generan una reducción de la alteración del paisaje y del uso de recursos naturales, así como de la limitación de la pérdida de biodiversidad (Parlamento Europeo, 2023).

El proceso hacia una economía circular puede impulsar la competitividad, la generación de empleo, el desarrollo económico y el avance. Además los consumidores tendrán acceso a productos de mayor durabilidad, lo que mejorará su calidad de vida y les facilitará ahorrar recursos económicos en el largo plazo (Parlamento Europeo, 2023).

También ofrece múltiples ventajas a la hora de reducir la dependencia de las materias primas, ya que su reciclaje reduce el riesgo derivado del suministro, siendo el reciclaje una fuente vital de materias primas (Parlamento Europeo, 2023). Se puede observar que la economía circular conlleva importantes beneficios ambientales, económicos y sociales, contraatacando por tanto con los efectos negativos de la moda rápida.

De manera complementaria, la Unión Europea ha adoptado diversas iniciativas orientadas a disminuir los residuos y promover la sostenibilidad de los productos. La estrategia europea para los textiles sostenibles y circulares, materializa los compromisos establecidos en el Pacto Verde Europeo, en el Plan de Acción para la Economía Circular y adicionalmente en la Estrategia Industrial de la UE (Comisión Europea, 2022). Concretamente el Pacto Verde Europeo fue establecido en 2019, se trata de un paquete de iniciativas políticas que dirigen a la Unión Europea hacia una transición ecológica. Su objetivo primordial es crear una Europa más limpia, saludable y climáticamente neutra (Consejo de la Unión Europea, 2019).

Asimismo, el Plan de Acción para la Economía Circular es uno de los pilares fundamentales del Pacto Verde Europeo. El plan hace hincapié en el diseño y la fabricación orientados a la economía circular, tiene como propósito ajustar la economía para un futuro sostenible y consolidar la capacidad competitiva, al mismo tiempo que se protege el entorno natural y se amplían los derechos de los consumidores (Comisión Europea, 2020).

Y es que adoptar una economía circular puede ser una respuesta a la problemática global de los residuos. De acuerdo con la ONU, si no se toman medidas ante la crisis mundial de los residuos podría tener un coste superior a 600.000 millones de dólares anuales para el año 2050 con consecuencias negativas para la salud, economía y entorno. Por ello la implementación de un sistema basado en la economía circular, permitiría disminuir considerablemente la cantidad de residuos generados en el mundo (BBVA, 2025).

6. ANÁLISIS COMPARATIVO DEL FAST FASHION Y SUS ALTERNATIVAS

Para poder comprender la magnitud del fenómeno del fast fashion y las diferencias fundamentales respecto a modelos más responsables, resulta esencial analizar de manera visual los criterios clave que definen cada enfoque. La tabla 7 muestra una comparación entre todos los modelos presentados en este trabajo, permite visualizar de una forma clara las diferencias entre el modelo de fast fashion y sus alternativas entre las que se encuentran la moda sostenible, la moda ética, la moda lenta y la economía circular. A través de criterios clave se pone en evidencia el contraste entre un modelo lineal basado en la sobreproducción y modelos más sostenibles y regenerativos.

CRITERIO	FAST FASHION	MODA SOSTENIBLE	MODA ÉTICA	SLOW FASHION	ECONOMÍA CIRCULAR
MODELO ECONÓMICO	Lineal	Sostenible	Justo	Artesanal	Circular
IMPACTO AMBIENTAL	ELEVADO	BAJO	BAJO	BAJO	MUY BAJO
DURACIÓN DE LAS PRENDAS	Corta: ropa de baja calidad y vida útil limitada	Larga: prioriza la calidad y un uso prolongado	Variable: depende de la marca pero suele ser de buena calidad	Larga: alta durabilidad y diseño atemporal	Larga: busca extender una prenda lo máximo posible
RITMO DE PRODUCCIÓN	Muy acelerado: múltiples colecciones anuales	Moderado: producción consciente	Variable: centrada en condiciones dignas	Lento: pocas colecciones y producción pausada	Variable: basado en reutilización y prolongación de la vida útil

Tabla 7: Comparación del fast fashion y sus alternativas (Elaboración propia)

El fast fashion, el cual está basado en un modelo económico lineal, prioriza la velocidad y los bajos costes de producción a través de procesos de deslocalización. Asimismo, este modelo origina un elevado impacto ambiental ya que se basa en la sobreproducción, además de fomentar un consumo insostenible a largo plazo que deriva en una baja rentabilidad debido a la baja calidad de las prendas, su corta vida útil y una sustitución acelerada.

Por otro lado, la moda sostenible y la moda ética representan modelos más responsables. La moda sostenible se centra en minimizar el impacto ambiental mientras que la moda ética pone un mayor foco en aspectos sociales. A su vez, la moda lenta o también llamada slow fashion opta por proponer un cambio cultural, desacelera los tiempos de producción y consumo. Su impacto ambiental es bajo al priorizar la calidad, durabilidad y producción artesanal.

Finalmente, la economía circular se ha posicionado como la alternativa más sólida frente a los enfoques convencionales de producción y consumo. A diferencia del modelo lineal, la economía circular apuesta por un sistema regenerativo que busca mantener en circulación los productos y materiales en uso el máximo tiempo posible, este enfoque permite reducir la emisión de residuos y la extracción de recursos naturales, por ello es la alternativa de menor repercusión ambiental. La economía circular ayuda de manera significativa a la protección de los ecosistemas gracias a la reutilización, reciclaje y supreciclaje. Además, también combate el cambio climático al perpetuar la vida útil de los productos, ello implica emisiones de gases de efecto invernadero más bajas a lo largo de la cadena de valor.

En el ámbito económico la economía circular ofrece notables ventajas, permite reducir costes al aprovechar materiales ya existentes y minimizar la dependencia de materias primas vírgenes. También abre nuevas oportunidades de negocio como la venta de prendas de segunda mano, customizaciones y alquiler de ropa. En consecuencia, la adopción de este modelo incrementa la rentabilidad a largo plazo en mayor medida que las demás alternativas y prepara a las organizaciones para poder cumplir con futuras regulaciones ambientales más estrictas. A nivel social, este modelo fomenta un consumo responsable y consciente, por lo que facilita el acceso a productos de calidad y a precios asequibles. Además de sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de cuidar los recursos y reducir los desechos.

En definitiva, la economía circular representa la mejor opción para poder avanzar hacia un futuro más sostenible, justo y resiliente. Su capacidad para integrar ventajas ambientales, económicas y sociales hacen de él un modelo estratégico y necesario para enfrentar los retos actuales y concienciar a la sociedad.

7. CONCLUSIONES

La evolución de la moda desde sus orígenes hasta la actualidad refleja no solo un cambio funcional, sino también una profunda transformación en la forma de producir, consumir y desechar. Este proceso ha ido acompañado de un cambio de mentalidad a lo largo de las décadas, donde el valor de la identidad de la ropa ha sido desplazado por la inmediatez, bajos precios y consumo masivo. No obstante, recientemente ha habido una ola de concienciación hacia un futuro más verde que se ve reflejada en este trabajo, ya que cada vez son más populares las prácticas sostenibles.

El fast fashion ha sido un elemento vital en la democratización del acceso a la moda, permitiendo que un amplio rango de la población se pueda permitir vestir a la moda. Sin embargo, esta ventaja conlleva costes ocultos tanto ambientales, como sociales y económicos, que hacen de este modelo una práctica insostenible.

Desde el punto de vista ambiental, el fast fashion representa uno de los sectores más contaminantes del planeta. Este modelo implica un consumo intensivo de recursos naturales, el uso de sustancias químicas y fibras sintéticas que liberan microplásticos y generan graves emisiones de CO₂. De hecho, la mayoría de prendas producidas terminan en vertederos o incineradas, contribuyendo así a contaminar el suelo, atmósfera y océanos. Por otro lado, en el plano social, el fast fashion perpetúa dinámicas de desigualdad de género, explotación infantil y deslocalización hacia países con regulaciones ambientales y laborales más laxas. En el aspecto económico, el modelo genera grandes beneficios a corto plazo para las grandes marcas, no obstante, tiene costes implícitos. Debido a la deslocalización, se erosiona el tejido productivo local de muchos países, genera dependencia externa, gasto público y una economía basada en el usar y tirar, siendo inviable a largo plazo. Además, el sistema favorece a una minoría que obtiene grandes beneficios, mientras que millones de trabajadores apenas logran subsistir en pésimas condiciones, acentuando por tanto la desigualdad económica global, agravando los problemas estructurales del sistema económico de hoy en día.

El análisis de estudios y dinámicas recientes muestra que gran parte de los jóvenes reconoce su adicción a este modelo de consumo y desea cambiar, este modelo ha transformado radicalmente los hábitos de consumo, especialmente los de la generación Z, cuya preferencia por la inmediatez y actualización constante ha construido en gran medida a la expansión de la industria. A pesar de que sólo una minoría desea tomar medidas a través de cambiar sus hábitos de compra o pagar un mayor precio por la sostenibilidad, cada vez más jóvenes expresan su deseo de transformación y son más populares las opciones de mayor ética y sostenibilidad.

Frente a esta problemática, han surgido alternativas que proponen una nueva forma de entender la moda. Estas alternativas no solo responden a la necesidad de frenar los efectos negativos del fast fashion, sino que también crean nuevas oportunidades económicas basadas en la innovación, empleo digno, técnicas artesanales y mayor calidad. Es posible encontrar prácticas más sostenibles como son la economía circular, la moda sostenible, la moda ética y la economía circular, además de implementar los ODS necesarios.

La moda sostenible y la moda ética promueven procesos de producción que reducen el impacto ambiental y garantizan mejores derechos laborales. El slow fashion apuesta por una transformación cultural hacia el consumo responsable y durabilidad. Mientras que la economía circular, plantea un sistema regenerativo basado en la reutilización, reciclaje, suprareciclaje y alargamiento de vida de los productos.

Alternativas como la economía circular surgen para satisfacer demandas utilizando recursos y materiales existentes, lo que además genera ventajas adicionales como la reducción de costes, creación de empleo y un impacto positivo en el entorno natural. Esto sumado a que este modelo tiene un bajo impacto ambiental y una alta rentabilidad a largo plazo, hacen de él una solución óptima.

El cambio hacia una industria textil ética y responsable aún presenta numerosos retos, sin embargo se están dando pequeños pasos hacia esa meta. Esto evidencia que es posible transformar el actual modelo en uno más respetuoso con el planeta y con la sociedad, siempre que se de un compromiso por parte de todos los actores implicados. Este trabajo demuestra que el sector de la moda está adoptando prácticas más sostenibles y responsables con el medio ambiente gracias a la concienciación y a la creciente presión tanto de los consumidores como de organismos internacionales. Contribuye a informar a la sociedad y por ende, transformar su mentalidad al evidenciar las grandes consecuencias asociadas al modelo de fast fashion y al presentar alternativas más sostenibles y éticas.

Al conocer su huella ambiental, social y económica los consumidores pueden desarrollar una mayor conciencia crítica sobre sus hábitos de compra. Además, la difusión de prácticas como la moda sostenible, moda ética, moda lenta y economía circular invita a reflexionar sobre la importancia de elegir productos duraderos, respetuosos con el entorno y que conlleven condiciones laborales justas. Dándole visibilidad y fomentando de esta forma, un cambio



cultural hacia un consumo más responsable, en el que la calidad y la durabilidad de las prendas pasen a ser prioritarias en el día a día de cada persona frente a un consumo impulsivo y efímero.

Sin embargo, este trabajo tiene limitaciones. En primer lugar, existe una falta de indicadores concretos y cuantificables que permitan medir con precisión el impacto real de las alternativas sostenibles frente al modelo del fast fashion. Esta carencia dificulta la comparación objetiva entre los modelos y limita la posibilidad de evaluar con eficacia las soluciones propuestas. En segundo lugar, la búsqueda de información supone una limitación ya que gran parte de estudios disponibles provienen de fuentes similares, lo que reduce la diversidad de perspectivas y genera la repetición de contenidos.

En definitiva, resulta urgente transitar hacia una industria textil más justa y responsable, donde la transparencia y compromiso guíen la producción y el consumo. Solo a través de la concienciación se puede llegar a este término, reemplazando el consumo impulsivo y sin remordimientos por decisiones conscientes y con valor añadido.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Europea de Medio Ambiente.(19 de noviembre de 2019). *Textiles in Europe's circular economy.*

<https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy/textiles-in-europe-s-circular-economy>

Banco de España. (diciembre, 2024). *Valor añadido bruto (VAB).*

<https://www.bde.es/webde/es/estadisticas/recursos/glosario/conceptos/valor-anadido-bruto.html>

Banco Mundial. (2025). *Comercio (% del PIB).*

<https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.TRD.GNFS.ZS>

Barcelona culinary Hub.(4 de noviembre de 2022). *Slow food, la tendencia hacia una gastronomía responsable.*

<https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/slow-food-la-tendencia-hacia-una-gastronomia-responsable>

BBVA. (2025, 16 de mayo). *Día Mundial del Reciclaje: un compromiso con el planeta y las futuras generaciones.*

<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/dia-mundial-del-reciclaje-un-compromiso-con-el-planeta-y-las-futuras-generaciones/>

BBVA. (25 de mayo de 2022). *El upcycling transforma la moda: de residuos a ropa sostenible.*

<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-upcycling-o-suprarreciclaje-de-los-residuos/>

Bermúdez, F. E. (2014). *Reflexiones sobre la enseñanza de la moda.* Departamento de Diseño, Universidad Iberoamericana.

https://www.researchgate.net/profile/Fernando-Bermudez/publication/281785406_Ref

[lexiones_sobre_la_ensenanza_de_la_moda/links/55f896c008aeafc8ac142a4c/Reflexio
nes-sobre-la-ensenanza-de-la-moda.pdf](https://www.blaugab.com/blog/blaugab-moda-sana-1/moda-etica-como-contribuir-a-un-mundo-mas-sostenible-43)

Blaugab. (1 de junio de 2023). *Moda ética: cómo contribuir a un mundo más sostenible.*

[https://www.blaugab.com/blog/blaugab-moda-sana-1/moda-etica-como-contribuir-a-u
n-mundo-mas-sostenible-43](https://www.blaugab.com/blog/blaugab-moda-sana-1/moda-etica-como-contribuir-a-un-mundo-mas-sostenible-43)

Cabrero, A.(2022). *Posicionamiento en la mente de las consumidoras universitarias de la marca Shein dentro del Fast Fashion.* [Trabajo Final de Grado, Universidad de Valladolid].Uvadoc. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/54789>

Cámara de Sevilla. (24 de octubre de 2023). *El desafío de la moda rápida: Cómo las marcas afrontan la sostenibilidad.* <https://en.camaradesevilla.com/moda-rapida/>

Campaña de Ropa limpia. (26 de abril de 2024). *11 años desde el derrumbe de Rana Plaza las fábricas son más seguras, pero persisten las causas profundas de la tragedia.* <https://ropalimpia.org/noticias/11-anos-desde-el-derrumbe-del-rana-plaza-las-fabricas-son-mas-seguras-pero-persisten-las-causas-profundas-de-la-tragedia/>

Circular economy principles: Eliminate waste and pollution. (16 February 2022). Ellen MacArthur Foundation. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/eliminate-waste-and-pollution>

Comisión Europea. (29 de marzo de 2022). *Preguntas y respuestas sobre la Estrategia de la UE sobre los Productos Textiles Sostenibles y Circulares.* https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/qanda_22_2015

Comisión Europea. (10 de marzo de 2020). *Nuevo Plan de acción para la economía circular: por una economía más limpia y más competitiva.* https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_20_420

Consejo de la Unión Europea.(13 de diciembre de 2019). *Pacto Verde Europeo - Consilium.* <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/european-green-deal/>



Crangle, E. (12 de octubre de 2021). El modelo de negocio de Shein. MOI Global.

<https://moiglobal.es/el-modelo-de-negocio-de-shein/>

Ecoalf. (6 de septiembre de 2022b). *¿Qué es la moda sostenible?*.

<https://ecoalf.com/pages/que-es-la-moda-sostenible>

Ecoalf. (6 de septiembre de 2022a). *¿Qué es el fast fashion?*

https://ecoalf.com/pages/que-es-el-fast-fashion?srsltid=AfmBOoo1Kx7OcDTX1_3crl

[UvQhzte8ldhj9F9LtbpALemFtUz4tNwJwU&country=ES](https://ecoalf.com/pages/que-es-el-fast-fashion?srsltid=AfmBOoo1Kx7OcDTX1_3crlUvQhzte8ldhj9F9LtbpALemFtUz4tNwJwU&country=ES)

Ecoembes. (3 de enero de 2024). *Vertederos de ropa: el caos de la moda rápida que pone en peligro al planeta.*

<https://reducereutilizarecicla.org/vertederosde-ropa/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20significa%20fast%20fashion%3F,las%20%C3%BAltimas%20tendencias%20del%20mercado>

Deutsche Bank. (2 de noviembre de 2023). *Economía circular y moda sostenible: el futuro de toda una industria.*

<https://www.deutsche-bank.es/es/blog/esg/economia-circular-y-moda-sostenible-el-futuro-de-toda-una-industria.html>

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future.*

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>

Ellen MacArthur Foundation. (16 de febrero de 2022b). *Circular productos y materiales.*

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/circular-productos-y-materiales>

Ellen MacArthur Foundation. (16 de febrero de 2022a). *Eliminar los residuos y la*

contaminación.<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/eliminar-los-residuos-y-la-contaminacion>

Ellen MacArthur Foundation. (2025). *Introducción a la economía circular.*

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/temas/presentacion-economia-circular/vision-general>

Ellen MacArthur Foundation. (16 de febrero de 2022c). *Regenerar la naturaleza.*

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/regenerar-la-naturaleza>

Fanjul, E. (septiembre de 2021). *Qué es la globalización.* Iberglobal. Escuela de Comercio Exterior . https://iberglobal.com/files/2021/que_es_la_globalizacion_B.pdf

Fashion Revolution.(2021). *¿Por qué necesitamos la moda sostenible?.*

<https://www.fashionrevolution.org/por-que-necesitamos-la-moda-sostenible/>

Fieito. (13 de junio de 2023). *Moda Ética: Justicia y Sostenibilidad en el mundo de la Moda.*

<https://fieito.com/moda-etica-compromiso-social/>

Fletcher, K. (2010). *Slow Fashion: An Invitation for Systems Change.* *Fashion Practice*, 2, 259–265. <https://doi.org/10.2752/175693810X12774625387594>

Freitag. (2025). *About Freitag.* https://freitag.ch/en_ES/mission/about-freitag

Genia Bioenergy. (2025). *¿Qué es la digestión anaeróbica y sus beneficios?*

<https://geniabioenergy.com/que-es-la-digestion-anaerobica-y-sus-beneficios/>

González, J.D. (2023). *La industria del fast fashion se ha relacionado con los hábitos de consumo en los jóvenes de la generación Z* [Trabajo de Grado, Fundación

Universitaria del Área Andina]. Repositorio Institucional Areandina.

<https://digitk.areandina.edu.co/entities/publication/86e935e9-3bd1-486c-9876-5f69bb51ae5c>

Guerra, A. (21 de julio de 2022). *La industria de la moda está acabando con el planeta: las consecuencias de la moda rápida.* *National Geographic España.*

https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/industria-moda-esta-acabando-planeta-consecuencias-moda-rapida_18586

Leturcq, N. (7 de junio de 2024). *Fast Fashion: Un viaje desde la Edad Media hasta el armario del siglo XXI.* <https://www.nathalieleturcq.com/post/fast-fashion>



Llonch, M., & Deu, E. (enero de 2016). *Crisis económicas y desindustrialización del textil*

catalán: un análisis sectorial.

https://media.timtul.com/media/web_aehe/_wp-content_uploads_2016_01_ComunicacionOn-de-LLonch-y-Deu.pdf

Martínez, A.(2008). Hacia un nuevo sistema de la moda. El modelo Zara. *Revista Internacional de Sociología*, 66(51), 105-122.

<https://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/111>

McDonald, A., y Taylor, N. (25 de noviembre de 2023). *¿Qué es el “fast fashion” (la moda rápida) y por qué es tan controversial?* CNN Español.

<https://cnnespanol.cnn.com/2023/11/25/que-es-fast-fashion-moda-rapida-trax>

Medina, J.(2 de mayo de 2023). *Método Just in time: qué es, orígenes y cómo se aplica.*

<https://blog.toyota-forklifts.es/origenes-just-in-time>

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (2 de noviembre de 2022).

Sistemas de tratamientos biológicos: compostaje.

<https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/prevencion-y-gestion-residuos/flujos/domesticos/gestion/sistema-tratamiento/tratamientos-biologicos-compostaje.html>

Myro, R., y Fernández-Otheo, C.M. (2004). La deslocalización de empresas en España. La atracción de la Europa central y oriental. *Revista ICE: Información Comercial Española* (818).

<https://revistasice.com/index.php/ICE/article/view/711/711>

Naciones Unidas. (12 de abril de 2019). *El costo ambiental de estar a la moda.* Noticias

ONU. <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>

Pacto mundial. (15 de abril de 2025). *Moda sostenible: vístete despacio que el planeta tiene prisa.* Pacto Mundial. <https://www.pactomundial.org/noticia/moda-sostenible/>



Pacto Mundial ONU España. (junio de 2024). *Implantación de la Agenda 2030 en las empresas españolas. Resultados de la consulta de desarrollo sostenible 2024.*

<https://info.pactomundial.org/implantacion-desarrollo-sostenible-agenda2030-ods-em-presas-espanolas-2024>

Pacto Mundial ONU España. (27 de junio de 2025). *Reciclaje: el círculo empresarial*

perfecto. <https://www.pactomundial.org/noticia/reciclaje-el-circulo-empresarial-perfecto/>

Parlamento Europeo. (24 de mayo de 2023). *Economía circular: definición, importancia y beneficios.* Parlamento Europeo.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20151201STO05603/economia-circular-definicion-importancia-y-beneficios>

Parlamento Europeo. (29 de diciembre de 2020). *El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente.*

<https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente>

Pastrana, M. L. y , Almanza, M. T. (2021, 20 de agosto). *Fast Fashion: ¿moda o contaminación?. Jóvenes en la Ciencia, 12, 1-8.*

<https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3272>

Pérez, J.I. (2020, 19 de julio) *El precio ambiental de la moda rápida.* Cuaderno de Cultura Científica.

<https://culturacientifica.com/2020/07/19/el-precio-ambiental-de-la-moda-rapida/>

Pérez, M. J., Suárez, S., Romero, T., y Cerón, L. (2025, 19 de marzo). *Armario cápsula: qué es y cómo construirlo aquí y ahora.* Vogue Spain.

<https://www.vogue.es/moda/articulos/armario-capsula-perfecto-prendas>

Pitarch-Garrido, M.D., y Albertos, J.M. (2018). *El impacto de la crisis en un territorio de tradición industrial. El caso de las comarcas valencianas de L'Alcoià, El Comtat y La Vall d'Albaida*. *Eria: Revista cuatrimestral de geografía*, 38(2), 205-223.

<https://reunido.uniovi.es/index.php/RCG/article/view/11434/11836>

Repsol. (3 de abril de 2024). *Upcycling: Qué es y ejemplos cotidianos*.

<https://www.repsol.com/es/energia-futuro/futuro-planeta/upcycling/index.cshtml>

Rey, P. (2 de diciembre de 2020). *Slow Fashion o moda lenta: ¿qué es y cómo podemos identificarla?* *Vogue México*.

<https://www.vogue.mx/moda/articulo/slow-fashion-que-es-definicion>

Salvá, A. (16 de mayo de 2021). *Rana plaza: los trabajadores de la industria textil de Bangladés de nuevo en peligro*. *El País*.

<https://elpais.com/planeta-futuro/2021-05-16/los-trabajadores-de-la-industria-textil-de-banglades-de-nuevo-en-peligro.html>

Sanz, A. (10 de Julio de 2023). *SLOW FASHION vs FAST FASHION: La importancia de ser conscientes de cómo compramos*. *Onda Cero*.

https://www.ondacero.es/programas/nitanmal/slow-fashion-fast-fashion-importancia-ser-conscientes-como-compramos_2023071064abed6bf78688000132ffb2.html

Statista. (26 de marzo de 2025). *Emisiones previstas equivalentes de dióxido de carbono de la industria de la confección de ropa en todo el mundo de 2019 a 2030*. [Estadística].

<https://www.statista.com/statistics/1305696/apparel-industry-co2e-emissions/>

Statista. (septiembre de 2023). *Fast fashion & Second hand apparel market between 2019 to 2029*. [Estadística].

<https://www.statista.com/statistics/1237898/fast-and-second-hand-fashion-market-growth-in-the-us/#:~:text=By%202029%2C%20the%20fast%20fashion,is%20higher%20at%20185%20percent>



Statista. (10 de abril de 2025). *Valor del mercado mundial de ropa de segunda mano de 2021*

a 2029. [Estadística].

<https://www.statista.com/statistics/826162/apparel-resale-market-value-worldwide/>

Statista. (enero, 2024). *Tamaño de mercado de la industria de moda rápida a nivel mundial*

entre 2022 *y* 2030. [Estadística].

<https://es.statista.com/estadisticas/1496924/tamano-del-mercado-de-moda-rapida-en-el-mundo/>

Statista. (marzo de 2024). *Valor del mercado mundial de la moda ética.* [Estadística]

<https://es.statista.com/estadisticas/1349393/valor-del-mercado-mundial-de-la-moda-etica/#:~:text=Dicho%20esto%2C%20este%20mercado%20estaba,los%2012.000%20millones%20en%202028.>

Tagarro, C. (diciembre de 2019) *E-INNOVA ARTE: La moda a lo largo de la*

*historia.*UCM.<https://webs.ucm.es/BUCM/revcul/e-learning-innova/255/art3931.pdf>

UN Alliance (3 de marzo de 2025). The UN Alliance for Sustainable Fashion.

<https://unfashionalliance.org/>

ThredUp. (julio de 2022). *Gen Z Fast Fashion Report* [Informe].

<https://newsroom.thredup.com/gen-z-fast-fashion-report>

Tierra Madre. (28 de mayo de 2025). *Upcycling vs. Reciclaje: ¿cuál es la diferencia?*

<https://www.tierramadre.org/sostenibilidad/upcycling-vs-reciclaje-cual-es-la-diferencia/>

Universitat Carlemany. (5 de diciembre de 2024). *Moda sostenible: qué es y por qué es*

importante <https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/moda-sostenible/>

Van Woensel, L., & Lipp, S. S. (septiembre de 2020). *Scientific Foresight: What if fashion*

were good for the planet? European Parliament.

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/656296/EPRS_ATA\(2020\)656296_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/656296/EPRS_ATA(2020)656296_EN.pdf)



Xicota, E. (19 de agosto de 2022). *Thred Up crea una línea de ayuda para adictos al fast fashion.* Ester Xicota.

<https://www.esterxicota.com/thredup-hotline-salud-mental-fast-fashion-adiccion/>

Zijp, S. (25 de junio de 2025). *Freitag presenta su servicio de alquiler.* Fashion United.

<https://fashionunited.es/noticias/empresas/freitag-presenta-su-servicio-de-alquiler/2025062546244>



ANEXO I. RELACIÓN DEL TRABAJO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AGENDA 2030

Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster: Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Objetivos de Desarrollo Sostenibles	Alto	Medio	Bajo	No Procede
ODS 1. Fin de la pobreza.				X
ODS 2. Hambre cero.				X
ODS 3. Salud y bienestar.				X
ODS 4. Educación de calidad.				X
ODS 5. Igualdad de género.			X	
ODS 6. Agua limpia y saneamiento.	X			
ODS 7. Energía asequible y no contaminante.		X		
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	X			
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.		X		
ODS 10. Reducción de las desigualdades.			X	
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.		X		
ODS 12. Producción y consumo responsables.	X			
ODS 13. Acción por el clima.	X			
ODS 14. Vida submarina.		X		
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres.		X		
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.				X
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos.			X	



Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster: Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

Durante el transcurso del presente trabajo de fin de grado, hemos podido apreciar que está relacionado con diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible. El ODS más relacionado es el 12, Producción y consumo responsables, debido a que el modelo del fast fashion no es respetuoso ni responsable con el medio ambiente y se debe poner fin a los problemas que ocasiona, tanto a nivel económico como social y sobre todo ambiental.

También tienen un alto grado de relación los ODS:

- 6: Agua limpia y saneamiento, la producción de prendas de ropa conlleva un fuerte impacto ambiental, se necesitan grandes cantidades de agua fabricar la ropa, además de liberar micro plásticos y contaminar de esta forma las aguas. Se necesita implementar el ODS y acabar con estas prácticas insostenibles.
- 8: Trabajo decente y crecimiento económico, tiene un alto grado de relación debido a las pésimas condiciones de trabajo que sufren los trabajadores textiles y la urgente necesidad de regularidad los puestos y condiciones de trabajo.
- 13: Acción por el clima, la moda rápida tiene un gran impacto medioambiental por lo que es imprescindible implementar este ODS y aminorar los efectos negativos que causa y que puede llegar a causar a largo plazo.



forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=31VGvnOsH0CnrhmMO3LQxhueH7kt4VjBvARCBV6sVq5UMONSOE1UUTZOVEVSTkoxNlpTQldST0Y3QS4u&route=shorturl

Las respuestas se han enviado correctamente.

Microsoft Forms
¡Prepárese para su propia invitación al evento!
Comenzar ahora →

Microsoft 365
Microsoft Forms | Encuestas, cuestionarios y sondeos con tecnología de inteligencia artificial [Crear mi propio formulario](#)
Privacidad y cookies | Términos de uso

Buscar | Próximas ganancias | 17:45 | 06/05/2025