

INFOR-
ME

>



moda circu- lar



panorama actual
de la moda
circular
en la Ciudad
de Buenos Aires
</>



INFORME

PANORAMA ACTUAL DE LA MODA CIRCULAR EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Julio de 2024

>

HORACIO BARCELLANDI

PALOMA GARCÍA ABEL

MARÍA ELINA MARTÍNEZ

MIGUEL ZUBIZARRETA

>

Jungla Urbana

Previo a la irrupción de la pandemia, la discusión sobre la vida en las ciudades venía cobrando cada vez mayor relevancia. Ahora, incorporando la perspectiva compleja de los aprendizajes globales, entendemos que los centros urbanos y las dinámicas metropolitanas deben pensarse estratégicamente para poder afrontar y adaptarse a los desafíos constantes que la realidad nos impone.

La importancia de repensar y planificar las ciudades se centra ahora en la resiliencia y el cuidado como conceptos esenciales. El espacio público debe ser más accesible, inclusivo, seguro y saludable para que todas las personas puedan desplegar su subjetividad, incorporando las perspectivas de género, de sostenibilidad y de cercanía. En definitiva, requiriendo una comprensión profunda de la experiencia de vida de las personas.

Planificar las ciudades, y en particular la Ciudad de Buenos Aires, es hacerlas más vivibles, integradas, sostenibles y dinámicas, y que cada uno/a de sus habitantes se sienta representado/a e interpelado/a a participar y disfrutar de cada instancia de encuentro, intercambio y disfrute. Lo que entendemos por ciudad va más allá de la ubicación concreta o de datos estadísticos, sino que comprende un conjunto de valores culturales, políticos e históricos más profundos.

Desde este enfoque innovador, las ciudades se construyen con un verdadero sentido colectivo y generan, cada vez más, una multiplicidad de miradas. Así se convierten en ciudades educadoras, con códigos polidimensionales que crean una nueva pedagogía urbana. Ciudades capaces de reinventarse a sí mismas, con versatilidad y capacidad de cambio como claves para el desarrollo humano en el siglo veintiuno.

Jungla Urbana es un espacio para reflexionar colectivamente y pensar de manera colaborativa propuestas para sumar al proceso de transformación de la Ciudad de Buenos Aires. Abogamos por ciudades creativas, abiertas, integradas, conscientes de su identidad, del entorno natural y del funcionamiento de las actividades socioeconómicas que la atraviesan. Ciudades conectadas, amigables y a escala humana.

—

Coordinación General: Maximiliano Ferraro.

Coordinación de equipos: Agustín Fernández Bertuzzi, Rocío Maciel.

Equipo de ambiente y desarrollo sostenible: Horacio Barcellandi, Paloma García Abel, María Elina Martínez, Miguel Zubizarreta.

—

www.junglaurbana.ar

Resumen / Abstract

Este informe ofrece una visión general de la moda circular en la Ciudad de Buenos Aires. Se aborda la problemática global de los residuos textiles, y se analiza el panorama actual en la Ciudad a través de un relevamiento de los puntos de venta de ropa de segunda mano y prendas fabricadas con materiales recuperados o reciclados. A su vez, se exploran las percepciones y expectativas de los actores involucrados, y se identifica la necesidad de normativa de referencia.

El estudio destaca la necesidad de adoptar prácticas sostenibles en la industria y en el consumo de la moda; y presenta datos sobre las opciones disponibles en Buenos Aires, a través de un mapa de Moda Circular a modo de herramienta de difusión.

Esta investigación proporciona una base para el desarrollo de estrategias que promuevan la producción y el consumo de moda de una manera más consciente y circular, en línea con una reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero, una mejor gestión de los residuos textiles, de lencería y del calzado y la aparición de opciones más asequibles en el contexto actual de crisis económica que atraviesa la Argentina.

Palabras clave: moda circular, moda sostenible, residuos textiles, economía circular, reciclaje, sostenibilidad, industria textil, Buenos Aires, fast fashion, slow fashion.

Índice

1. Introducción.

2. Glosario.

3. Impactos de la industria textil.

3.1. Demanda de materias primas.

3.2. Residuos industriales y residuos post-consumo.

4. Nuevos paradigmas en el consumo de la moda.

5. Percepciones y expectativas de la ciudadanía y el emprendedurismo.

5.1. Comercios de ropa usada.

5.2. Prendas y accesorios fabricados con materiales recuperados o reciclados.

5.3. Primeras aproximaciones sobre el consumo de moda circular en la Ciudad de Buenos Aires.

6. Relevamiento de puntos de venta de moda circular en la Ciudad de Buenos Aires.

7. Propuesta de normativa de referencia nacional.

8. Conclusión.

9. Bibliografía.

1. Introducción

El presente informe analiza el panorama actual de la moda circular en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, teniendo en cuenta la problemática global de los residuos textiles y la crisis económica que atraviesa la República Argentina, marcada por una fuerte desaceleración del consumo que da lugar a la proliferación de comercios de segunda mano y de reparación o recauchutaje. Para ese fin, se relevaron puntos de venta de ropa de segunda mano y prendas fabricadas con materiales recuperados o reciclados dentro de la Ciudad, y las percepciones y expectativas de sus habitantes y de emprendedores del sector, a través de una encuesta y de entrevistas. Además, se identificó la necesidad de proponer normativa de referencia para acelerar el cambio de paradigma. La circularidad analizada incluye la reintroducción de prendas al mercado para un nuevo uso, la fabricación de nuevas prendas a partir de materiales reciclados o recuperados, y el reciclado de prendas para usos secundarios. El presente trabajo no abordará la problemática de la incorporación de prácticas sostenibles en la producción de materias primas vírgenes para la industria textil y de las prendas fabricadas a partir de éstas.

En primer lugar, se examina la problemática global de la industria textil y sus posibles impactos socioambientales, destacando la necesidad de adoptar prácticas más sostenibles tanto en los procesos productivos, como en la gestión post-consumo. Se analizan estadísticas y tendencias actuales para comprender el alcance de este desafío a nivel local y global.

El informe también presenta las percepciones y expectativas de los consumidores y de los emprendedores del sector dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se recopilieron datos a través de encuestas y entrevistas *in situ*, indagando acerca de la conciencia creciente sobre la importancia de la sostenibilidad en la moda y las motivaciones detrás de la elección de prendas de segunda mano o fabricadas con materiales reciclados.

Además, se realizó un relevamiento exhaustivo de los puntos de venta de ropa de segunda mano y prendas fabricadas con materiales reciclados y recuperados en la Ciudad. Se identifican y describen tiendas, ferias y plataformas digitales que promueven la economía circular en el ámbito de la moda, brindando opciones de consumo más responsables. Dicho relevamiento se plasma en el Mapa de la Moda Circular en la Ciudad de Buenos Aires, una herramienta integrada a *Google Maps* que permite potenciar el emprendedurismo de la sostenibilidad y que está abierto a nuevas incorporaciones, con el objetivo de convertirse en un mapa vivo.

Finalmente, se proponen lineamientos para la elaboración de normativa de referencia relacionada con la moda circular a nivel nacional, bajo un esquema de “responsabilidad extendida del productor” para la gestión de los residuos post-consumo y a través de incentivos fiscales para promover el sector.

A través de una visión integral, los hallazgos, análisis y propuestas aquí presentados pretenden servir como base para el desarrollo de estrategias y políticas que impulsen aún más la adopción de prácticas sostenibles en la industria de la moda en la Ciudad y aceleren el cambio hacia un modelo más circular y consciente.

2. Glosario

Economía circular: modo de producción y consumo que busca minimizar el desperdicio y maximizar la eficiencia en el uso de los recursos a través de la reutilización, renovación y reciclaje. Se enfoca en mantener los productos y materiales en uso durante el mayor tiempo posible, reduciendo la dependencia de recursos vírgenes y los impactos ambientales asociados. Su objetivo es crear un sistema económico regenerativo y sostenible.

Moda circular: enfoque que busca reducir el impacto ambiental de la industria de la moda a través de prácticas sostenibles. Se basa en principios como la reutilización, el reciclaje y la prolongación de la vida útil de las prendas. Promueve el diseño de productos duraderos, la reventa y el intercambio de ropa, así como el reciclaje de textiles para cerrar el ciclo de producción.

Movimiento slow o Movimiento lento: corriente cultural que promueve una vida más calmada, focalizándose en aquellas actividades que priorizan el desarrollo personal y en el uso de tecnología orientado al ahorro de tiempo, con el objetivo de tener una vida más saludable y plena.

Slow fashion o Moda lenta: variante dentro de la moda circular, alineada a las prácticas promulgadas por el movimiento *slow* y su prédica de vivir en un mundo más lento, menos desechable y donde el culto sea a la experiencia y no a los productos. Se caracteriza por la producción de ropa de calidad, fabricada localmente, a menor escala y con tiempos de producción más lentos.

Fast fashion o Moda rápida: producción rápida de prendas a bajo costo con el objetivo de satisfacer la demanda constante y cambiante del mercado.

Suprarreciclaje o Upcycling: proceso de transformación de desechos textiles o prendas existentes en un producto de mayor calidad y valor ecológico. Implica reimaginar usos de productos y materiales existentes y convertirlos en algo nuevo, que incluso puede tener mayor valor.

Downcycling o reciclaje hacia un menor grado de valor: aprovechamiento de los residuos textiles, pero como insumo o materia prima de menor valor en la cadena de suministro de otro tipo de producto.

Taxonomías verdes: conjunto de criterios y clasificaciones utilizados para identificar y etiquetar actividades económicas sostenibles. Buscan promover la transición hacia una economía más verde y baja en carbono al establecer estándares claros y uniformes. Proporcionan orientación a inversores, empresas y reguladores para identificar oportunidades y evaluar el impacto ambiental de las actividades económicas.

Greenwashing o lavado verde: estrategia de marketing engañosa en la que una empresa o marca se dice respetuosa con el ambiente o comprometida con la sostenibilidad, pero en realidad ofrece productos o servicios que no cumplen con dichas afirmaciones.

Textiles de Vestir - Lencería del Hogar - Calzado (TLC): productos constituidos mayoritariamente por fibras textiles o por filamentos textiles o por ambos, como prendas de vestir, lencería para el hogar (ropa de cama, ropa de baño, cortinados), tapizados, etc.; los productos textiles incorporados a otros productos, cuando así se especifique en su composición; y el calzado de cualquier tipo.

Residuos de TLC: aquellos TLC que, como consecuencia de los procesos de consumo, desarrollo de actividades humanas y los procesos de la propia industria textil y otras industrias, son desechados y/o abandonados.

Las empresas B o B Corps: compañías que cumplen con altos estándares de desempeño social y ambiental, responsabilidad y transparencia. Se comprometen pública y legalmente a beneficiar no solo a sus accionistas, sino a todas las partes interesadas de la empresa: los trabajadores, los clientes, las comunidades y el ambiente. Existen más de 1000 empresas certificadas en América latina y más de 7000 en todo el mundo.

Scrap: palabra inglesa que se traduce como chatarra o residuo. En el contexto industrial, *scrap* refiere a todos los desechos y/o residuos derivados del proceso industrial. El problema básico de las industrias en relación a sus *scraps* radica en deshacerse de los mismos de un modo racional que además cumpla con las normativas existentes en materia de preservación del ambiente.

Procesos off-shoring: actividades empresariales que se realizan en un país extranjero con el fin de aprovechar beneficios como costos más bajos o recursos especializados.

Marcas high-end: marcas de lujo y alta gama que ofrecen productos exclusivos, de alta calidad y con un alto prestigio en el mercado.

Marcas low-cost: marcas que ofrecen productos a precios muy bajos, generalmente con diseños simples y materiales más económicos.

Ready to Wear o prêt-à-porter: moda producida en serie y lista para ser vendida directamente al público, sin necesidad de ser hecha a medida.

Vintage: aquellas prendas de vestir, accesorios u objetos que tienen al menos veinte años de antigüedad y que tienen un valor estético o histórico significativo.

Ecodiseño: proceso de creación de prendas y accesorios considerando el impacto ambiental durante todas las etapas de producción, desde el diseño hasta la fabricación y el post-consumo, incluyendo el uso de materiales sostenibles o de un diseño que permita su correcta separación y reciclaje.

Retail: venta de productos de moda directamente al consumidor final, a través de tiendas físicas o en línea.

3. Impacto de la industria textil en el ambiente.

3.1. Demanda de materias primas.

En el sector textil existe actualmente una linealidad a lo largo de todo el sistema de producción, distribución y uso de prendas de vestir. Es decir que los materiales se desplazan de manera unidireccional a lo largo de las etapas de extracción de recursos no renovables, producción, uso, y disposición final en rellenos sanitarios o incineración.

Según el último Reporte de Mercado de Fibras y Materiales de Preferencia de Textile Exchange, en 2021 la producción global de fibras alcanzó 113 millones de toneladas, un valor récord respecto a los años anteriores. Esta marca duplica los valores de producción global de fibra de 2000 de 58 millones de toneladas, dando cuenta de la existencia de una creciente demanda de materias primas en los últimos veinte años. La proyección de esta demanda para 2030 se estima en 149 millones de toneladas si el escenario se mantiene sin cambios. En 2021, la fibra de poliéster se mantuvo como la de mayor producción con 60,5 millones de toneladas (54%), seguida por la de algodón con 24,7 millones de toneladas (22%). Otras fibras sintéticas que tuvieron una menor participación incluyen la poliamida con 5,9 millones de toneladas (5%), el polipropileno con 3 millones de toneladas (2,7%), la acrílica con 1,7 millones de toneladas (1,5%), y el elastano con 1,2 toneladas (1%).

Con respecto al porcentaje de fibras recicladas globales, tuvieron un leve incremento entre 2020 y 2021, pasando de 8,4% a 8,9%. Sin embargo, menos del 1% de las fibras del mercado provinieron del reciclaje pre y post consumo de textiles (*Textile Exchange, 2022*).

3.2. Residuos industriales y residuos post-consumo.

Los residuos textiles -que a los fines de este informe llamamos *residuos de TLC*- representan un enorme problema que aún no ha podido ser resuelto. Según la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo celebrada en 2019, la producción mundial de indumentaria se duplicó entre 2000 y 2014 (*La Nación, 2022*). El mismo informe señala que solamente para producir unos pantalones tipo “jeans”, se requieren 7.500 litros de agua, y que la fabricación de ropa y calzado representa el 8% de los gases de efecto invernadero emitidos a nivel mundial. Además se entierra o quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura por segundo.

Se trata de una industria que utiliza 93.000 millones de metros cúbicos de agua dulce al año, un volumen suficiente para satisfacer las necesidades de cinco millones de personas. (*PNUMA, 2019*). El algodón utiliza una gran cantidad de agua durante las fases de crecimiento y teñido. Se calcula que para hacer un jean se usan 10.000 litros de agua y para producir una remera unos 1.000 litros. Por otro lado, el cultivo de algodón aplica aproximadamente el 25% de los insecticidas del mundo y más del 10% de los pesticidas. Es decir, que el rubro textil está atravesado por la paradoja de, por un lado, abarcar necesidades humanas básicas y fundamentales como lo son la vestimenta, el abrigo y el aseo y, por otro lado, ser objeto de tendencias de moda rápida o *fast fashion* vinculadas al consumismo desmedido. El Observatorio de la Deuda Social de la Universidad Católica Argentina (UCA) reveló que el 20,2% de los chicos de hasta diecisiete años en la Argentina no tenía a fines de 2017 una prenda de vestir nueva en su armario. Ese porcentaje representa 2,5 millones de niños y adolescentes en el país.

Para graficar las consecuencias de esta situación, basta con observar la foto del desierto de Atacama difundida por el fotógrafo Martín Bernetti y viralizada a fines de 2021, en la que se evidencia un enorme basural a cielo abierto compuesto por casi 30.000 toneladas de ropa usada. Se estima que este tipo de residuos puede tardar hasta doscientos años en desintegrarse, provocando graves consecuencias en el ambiente y en la salud de las personas.

Los principales factores que generan desperdicios textiles durante los procesos de producción son el diseño, la selección de materiales, y los métodos de manufactura. La búsqueda de alternativas en estas áreas, junto con la innovación, son esenciales para lograr una reducción en la cantidad de materiales que se desaprovechan a lo largo de la cadena de suministro. Además, la disminución en la cantidad de material necesaria para lograr la misma cantidad de productos tiene efectos que se trasladan a los distintos procesos previos de la cadena de suministro, ya que significa una menor cantidad de tela que debe tejerse y teñirse, menor cantidad de hilo que debe hilarse, y menor cantidad de fibra virgen que debe producirse.

Asociado a estos procesos se producen emisiones de gases de efecto invernadero, por lo que la menor necesidad de materiales tiene también incidencia en la sumatoria de emisiones para estos productos. Según Sadowski, Perkins y McGarvey, la proporción de materia prima que llega al producto final para el polyester y el algodón (2 de las principales fibras utilizadas) es de apenas un 65% (*World Resources Institute*, 2021). Lo restante se pierde en las distintas instancias productivas. Además, estiman que un incremento de un 10% en la proporción de materia prima que termina en el producto reduciría las emisiones en 24 Mt CO₂e (millones de toneladas de carbono equivalente).

Existen limitaciones y barreras difíciles de evitar en relación al uso de materiales durante la producción textil. La producción de remeras, por ejemplo, implica el corte de piezas a partir de rollos de tela, y una vez cortadas, se realizan costuras para confeccionarlas. En estos procesos, inevitablemente se generan mermas. Como parte del corte de las piezas, se realiza el tizado, en donde se ubican los patrones y se efectúa la distribución que se realizará sobre la tela. Si bien los patrones pueden ajustarse para maximizar el uso de la tela, la forma irregular de las piezas imposibilita que se utilice el 100% del rollo de tela para las piezas. Algo similar ocurre durante el remallado de las costuras internas de las prendas, donde las máquinas realizan una costura de las telas y, además, hacen un corte de la tela sobrante en los bordes de manera que no se deshilache, generando una merma.

Si bien las mermas textiles se pueden reciclar de manera mecánica, por ejemplo, el material que se obtiene para utilizar nuevamente como materia prima presenta limitaciones en su calidad. De esta manera, es posible introducirlo en telas nuevas, pero en un porcentaje bajo si se desean mantener ciertas características de la calidad de la tela.

Otra posibilidad de reciclado para los desperdicios textiles es el *downcycling* o reciclaje hacia un menor grado de valor. Esto significa un aprovechamiento de los residuos textiles, pero como insumo o materia prima de menor valor en la cadena de suministro de otro tipo de producto. Por ejemplo, materiales textiles que se aprovechan como relleno de muebles, trapos y frazadas. A pesar de que este tipo de reciclaje evita que los descartes textiles terminen en rellenos sanitarios o se incineren, el reciclaje de ciclo cerrado, es decir manteniendo los materiales dentro del mismo circuito productivo, es preferible dado que conserva el valor de dichos materiales. Esto también puede presentar barreras en cuanto a los costos, ya que usualmente son comparativamente más bajos en los escenarios de *downcycling*. En este sentido, los incentivos serán fundamentales para consolidar los esfuerzos hacia una mayor eficiencia en el uso de

materiales al igual que la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías que permitan preservar el valor de los mismos (Sadowski, Perkins y McGarvey, 2021).

Otro de los grandes desafíos se presenta a partir del descarte de prendas posterior a su uso. Un primer aspecto a considerar en esta problemática es la baja utilización que se hace actualmente de las prendas de vestir. Esto es, la cantidad de usos en promedio que se le da a una prenda antes de que el usuario cese su uso o la utilice una última vez. La utilización promedio varía en distintos países, pero existe una tendencia de los consumidores a comprar más prendas que las que usarán, a la vez que se descartan más rápidamente las prendas que ya no se desean. A nivel global, entre el 2002 y el 2016, la utilización promedio se redujo en un 36%. Otro aspecto importante es que luego del uso de las prendas, el valor de los materiales se pierde casi en su totalidad y menos del 1% del material se recicla para producir prendas nuevamente.

En los países con altos índices de recolección de prendas post consumo para reuso, las mismas son destinadas principalmente a la exportación a países de menores ingresos y sin estructuras para la recolección de prendas, haciendo que finalmente los materiales queden por fuera del sistema textil y terminen en rellenos sanitarios o incinerados (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Según la Organización de las Naciones Unidas, la industria de la moda rápida es responsable del 8% de las emisiones globales y de la producción del 20 % de agua residual a nivel mundial. Es una de las más contaminantes y el reciclaje aún no es una alternativa real. De acuerdo con la fundación Ellen MacArthur, el 60 % de la ropa que se produce termina en los basureros o se incineran. Menos del 1 % de los materiales que se usan en la ropa se reciclan para fabricar otras prendas y menos del 13 % se utiliza para hacer otros productos. En diciembre de 2019, en un artículo de la Revista del Consumidor, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) estimó que en México apenas se recicla el 0.5 % de los textiles que se tiran al año.

4. Nuevos paradigmas en el consumo de la moda

Según Cecilia Gómez, licenciada en administración de empresas, especialista en moda sostenible y fundadora de Modo Origen, en el podcast *Historia y moda* sostiene que la percepción de la moda fue cambiando a través de la historia. Otras eran las telas con las que se confeccionaba y también su vida útil. La historia de la vestimenta integra las dimensiones materiales, estéticas y sociológicas y se considera como un hábito que tiene un gran impacto planetario.

En sus inicios, la vestimenta tenía una función principalmente utilitaria: proteger al ser humano de las inclemencias del clima y regular la temperatura corporal. Hasta 1950, la ropa se confeccionaba en casa o por modistas locales, a medida, con materiales naturales como lino, cáñamo, algodón y cuero, lo que garantizaba prendas duraderas y atemporales.

Tiempo antes de la Revolución Industrial (siglo XVIII), los tejidos de algodón se producían en América a través de un sistema de producción artesanal o doméstico en el ámbito rural. Los comerciantes proporcionaban las materias primas a las familias campesinas para luego recolectar la producción una vez que saldaban las cuentas con los campesinos. Esta situación resultó inmejorable para el sector textil.

Sin embargo, con el tiempo comenzaron a llegar desde Europa muselinas de gran calidad y a precios muy razonables por lo cual hubo que reducir costos para ser competitivo. Esta búsqueda aceleró la mecanización de los procesos de producción en ciertos lugares abandonando el sistema de producción doméstico. Y para ello, se construyeron fábricas en lugares de fácil acceso para la materia prima y para distribuir el tejido producido como, por ejemplo, los puertos. De esta manera la indumentaria comenzó a ser industrializada. Entonces, a partir de 1950 surge lo que se denominó en los países europeos y en los Estados Unidos la democratización de la moda o masificación de la moda, incorporando la costura industrial en la variedad y demanda de talles, baja calidad y costos económicos ocasionando nuevas formas de producción y consumo.

En la etapa conocida como la fiebre del oro en Estados Unidos (1845) se fabricaron las primeras vestimentas para civiles *ready to wear* debido a la gran migración hacia esas tierras con el fin de enriquecerse. Para ello se necesitaba ropa inmediata para usar a bajo costo.

Con el tiempo, el trabajo estable, el aumento del poder adquisitivo y un sistema de créditos permitió comenzar a pensar en el concepto de la moda. Sumando, además, la publicidad que ingresa en los hogares a través de la televisión y otros medios de comunicación.

Como relata Gómez en su podcast, en la década de 1990, la globalización al unificar los mercados, las sociedades y la cultura impuso muchas transformaciones en la organización y distribución de los materiales. Transformaciones tanto económicas como simbólicas al configurar un mundo sin fronteras. Es bajo esta nueva disposición que la industria textil encuentra las condiciones óptimas para afirmar su expansión a partir del fenómeno del *fast fashion* o moda rápida. Ya que, por ejemplo, muchas marcas redujeron sus costos a partir de la deslocalización. Con el aumento de la pobreza se comienza a buscar el bajo costo en las prendas, además surge la sobreoferta y el deseo de adquirir más, resultando en un aumento exponencial del consumo. Uno de los principales resultados de este proceso es que la ropa empieza a perder su valor sentimental o emocional, habilitando la renovación de las colecciones en tiempos muy cortos.

Sobre esto la licenciada María Fernanda Guerrero sostiene que “debido al avance de nuevas tecnologías, se comenzaron a crear telas de mejor calidad a un menor coste y mayor velocidad, democratizando el acceso a prendas en tendencia entre otros sectores sociales, diluyendo la diferenciación entre clases en cuestión de la moda ya que se dificulta distinguir entre la calidad de una marca *high-end* y *low-cost*.” (Guerrero, 2017). Y menciona la existencia de un nuevo sistema de “muerte anunciada”, caracterizado por el empleo de fibras sintéticas por encima de las naturales y artificiales de menor calidad, siendo menor su ciclo de vida.

En las últimas décadas del siglo XX, a partir de una creciente toma de conciencia por parte de los gobiernos y los consumidores, se empieza a plantear la necesidad de adaptar la industria de la moda a los nuevos lineamientos del desarrollo sostenible.

Con este nuevo paradigma también surge el concepto de *slow fashion* o moda lenta, dentro del movimiento lento, que representa volver al origen, a la calidad, se apunta a producir y consumir pocas prendas pero con valor, incorporando la ética al proceso productivo. En términos económicos se pasa de la economía lineal a la economía circular donde la diferencia es que ya no hay materia virgen ni de descarte, esta materia prima de descarte se transforma en materia prima que se reutiliza. Además, se promueve la invitación a aplicar las tres R a la indumentaria: reducir el consumo, reutilizar, reciclar, repetir atuendo, remendar lo roto, reparar el calzado, rentar atuendo de fiesta, regalar lo que no usamos.

A pesar de estas nuevas tendencias, la mayor parte de la ciudadanía sigue abocada al concepto de moda rápida. Sobre esto, Gómez concluye que la historia textil en el siglo XXI se bifurca entre el *ultra fast fashion* y el *fast fashion* con un alto costo en recursos e impactos. Sin embargo, al mismo tiempo el concepto de moda circular crece año a año, impulsado por una mayor conciencia sobre el cuidado del ambiente, especialmente en los consumidores más jóvenes y emprendedores responsables.

5. Percepciones y expectativas de la ciudadanía y el emprendedurismo

Observamos que el concepto de moda circular comenzó hace unos pocos años a instalarse entre los ciudadanos de la Ciudad de Buenos Aires, también interesados en realizar un consumo más responsable en varios ámbitos (comida, estilo de vida, cultura, etc). En Buenos Aires, como en otras grandes ciudades cosmopolitas, se ejercen dinámicas de consumo cultural similares. Una de ellas tiene relación con el nuevo paradigma de consumo en la moda. Cuando hablamos de moda circular, como ya hemos señalado, se destaca el rol activo del usuario, su compromiso con reducir los desechos, reciclar y reutilizar la ropa, calzado y/o accesorios, y vender o regalar lo que no se usa. Es decir, hacer circular.

En ese sentido, la moda circular se alinea con prácticas promulgadas por el *movimiento slow*, de tendencia mundial, donde se privilegia las experiencias y no los productos. Las ferias *vintage* o de segunda mano ya se ubican como tendencias en nuestra ciudad desde hace una década.

Es importante poner en contexto el funcionamiento de la moda circular, que se enmarca en un ámbito más amplio conocido como economía circular, donde surgen iniciativas que proponen un nuevo modelo de producción. Este sistema tiene como objetivo extender la vida útil de los productos, es decir, reparar, renovar y reutilizar productos ya existentes todas las veces que sea posible. Esto aplicado a la moda implica que el diseño de las prendas debe ser eficiente, permitiendo su reciclaje y/o biodegradación. Para crear una industria más sostenible, el primer eslabón que se debe contemplar es el ecodiseño y la inclusión de componentes reciclados a sus productos. Y una vez que el artículo se rompa o pierda funcionalidad, el consumidor responsable debe optar por reinventarlo. Reparada o reciclada la prenda, se introduce nuevamente en el mercado para ser utilizada por otra persona: el objetivo principal es que los productos y los materiales sigan circulando el mayor tiempo posible minimizando la disposición final.

Hoy se proponen varias formas de participar en el mundo de la moda circular, a saber:

- Venta y compra de ropa usada: comprar ropa de segunda mano es una excelente manera de reducir el consumo de prendas nuevas y darle una segunda oportunidad a prendas que aún están en buen estado.
- Donación de ropa: en lugar de desechar las prendas que ya no se usan y aún están en buenas condiciones, donarlas.
- Intercambio de ropa: organizar o participar en eventos de intercambio de ropa es una forma sostenible de actualizar el guardarropas sin comprar prendas nuevas
- *Upcycling* y reciclaje: transformar prendas usadas en algo nuevo y único a través del *upcycling* (implica tomar prendas existentes y modificarlas para darles una apariencia o función diferente). También reciclar telas y materiales textiles para crear nuevos productos o incluso donarlos a empresas o proyectos que se dediquen al reciclaje de textiles.

Entre los hábitos que ya incorporaron los consumidores de moda circular se cuentan: prestar atención a las etiquetas de las prendas para saber dónde y con qué materiales se fabricaron, elegir productos artesanales para apoyar a las pequeñas empresas y las prendas fabricadas de forma local, reciclar y reutilizar las prendas propias, intentando estirar el tiempo entre que se compra el artículo y se descarta y, cuando se desechan, realizar la separación en origen de todos los materiales reciclables y de los textiles.

La moda circular crece a nivel mundial con un propósito sustentable y ambientalista, sin embargo, debemos señalar que en la Argentina su dinámica se ve impulsada fuertemente por la crisis económica. Es necesario considerar que, a nivel local, la industria textil refleja importantes aumentos de precios en sus productos a causa de la inflación, la carga impositiva, los aranceles de importación, el costo energético y los insumos dolarizados, lo que repercute directamente en la capacidad de las personas de renovar el guardarropas.

En ese sentido los precios de la ropa son cada vez más altos en relación a los niveles de ingreso. Durante 2022 las prendas de vestir y el calzado aumentaron un 120%, es decir, veinticinco puntos más que la inflación general, posicionándose como el rubro que más creció en precios de todos los relevados por el INDEC. Cabe mencionar que la tendencia que se vio durante todo 2022, cuando el rubro estuvo al tope de los aumentos, cambió en 2023 y a la fecha la indumentaria pasó a tener aumentos por debajo de la inflación general, motivado por el contexto de economía en recesión. En el acumulado de enero a julio de 2023 el rubro totalizó un 49% contra una inflación general del 60,2%, según datos del INDEC y la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (CIAI). No obstante ello, en solo tres años, desde mayo de 2020, el precio promedio de la ropa y calzado se multiplicó por siete, mientras que los salarios subieron cuatro veces entre marzo de 2020 y 2023, de acuerdo al INDEC.

Así se explica parte del éxito y auge de las tiendas de venta de ropa de segunda mano ya que permiten “renovar el placard por valores que van entre un 40% y un 70% por debajo de los que se encuentran en locales de un shopping”, como señala un artículo del sitio de noticias digital El Destape, del 25 de agosto de 2023.

5.1 Comercios de ropa usada

Por lo general, los comercios de segunda mano ofrecen una doble vía de beneficios, no solo los clientes pueden comprar ropa usada de calidad y a buen precio, además, en muchos de estos locales se puede vender aquellas prendas que ya no se usan. Estas tiendas adquieren solamente ropa apta para entrar al circuito de uso nuevamente.

En Buenos Aires se observa un auge de este sector a partir de la pandemia de la Covid-19, tanto en la modalidad de venta online, en diferentes redes sociales y en plataformas especializadas en ventas, como también en locales o tiendas de venta *retail* con atención al público. Incluso, algunos de estos negocios se han convertido en cadenas como El Galpón de Ropa o Urban Luxury, que cuentan con varias sucursales en distintos barrios porteños.

Según un artículo del diario El Cronista del 27 junio de 2023, “las ventas de los locales de ropa usada crecieron hasta 200% en un año. Algunos, incluso, llegaron a los shoppings”. Señala el mismo artículo que “en época de crisis y de bolsillos flacos, el boom de las ferias americanas también se expande al segmento más *premium*. Las tiendas focalizadas en prendas de marca suman nuevos usuarios y, en contraposición a lo que

ocurre con las etiquetas de indumentaria, venden, en promedio, un 35% más que hace un año. Además, suman nuevos locales, con formatos de showroom, e, incluso, llegan a los *shoppings*".

Por ejemplo, El Galpón de Ropa, que es una de las tiendas más conocidas en Buenos Aires, con 10 años en el mercado, contabiliza más de 160.000 clientes que han comprado o vendido en sus negocios. Cuenta con un total de siete puntos de venta en los barrios de Palermo, Villa Urquiza, Almagro, Recoleta, Belgrano y Las Cañitas y un local en el Alto Palermo Shopping, y durante la pandemia sumó su página de venta *online*.

"A través de una encuesta realizada a nuestros clientes, sabemos que quienes eligen este tipo de tiendas lo hacen, en principio, en busca de hábitos más sustentables. Pero, también, en busca de precios más accesibles", explica Melanie Janocko, responsable de Impacto de *El Galpón de Ropa*, firma que obtuvo la certificación como empresa B.

De manera similar, la cadena Urban Luxury tiene locales en Saavedra, Almagro, Belgrano, Palermo y Martínez, en los que comercializa ropa usada con precios que varían dependiendo la marca y la condición de la prenda, pero que en promedio son hasta un 85% más baratos que en las tiendas de las marcas originales.

En cuanto a la venta digital tenemos el ejemplo de la plataforma online Renová tu Vestidor. Allí se vende ropa de segunda mano, siendo la más grande de la Argentina con un total de 1,5 millones de usuarios, y con precios tres veces menores a los que se pagan en un shopping. Además ofrecen cuotas con tarjeta y promociones por temporada.

Paulette Selby, fundadora y creadora de Juan Perez, Ropa y Arte, emprendimiento que existe desde 1998, en una entrevista realizada a los fines de este informe, cuenta cómo fueron sus inicios: "vimos que había un nicho no tan desarrollado, en el mundo entero se comercializaba el usado, en Argentina nadie lo hacía a un nivel de selección y de buen gusto, más bien existía solo el Ejército de Salvación". Selby inició su negocio desde una mirada artística de fines de los 90, cuando la conciencia ambiental todavía no estaba tan desarrollada. "Yo soy de la teoría que la indumentaria es arte, lo que vendemos no es solo *vintage*. También vendemos saldos de marca, vendemos ropa moderna, antigua y de todo tipo de épocas". Señala que su público es variado. Respecto al proceso y parámetros de selección de los productos, indica que lo que ingresa al local pasa por un circuito de lavado y costura si lo precisa. Y detalla sobre su concepto de selección: "hay telas que no entran, así como la venta de indumentaria con pieles que están prohibidas".

También destaca que "hoy, una prenda de su local vale entre un 10% a un 50 % menos que una prenda nueva, pero depende de la propia evaluación a nivel diseño de esa prenda". Y aclara que es relativo porque "hay cosas que ya no se consiguen y pueden valer más que las nuevas" (...) "es muy artesanal la valoración del producto". Respecto de las motivaciones de su público a la hora de comprar, sostiene que "depende de la clase social, hay personas que vienen a buscar lo caro, hay de todo, viene desde el linchera hasta personas de alto nivel adquisitivo". También ha notado que "hay gente que va a divertirse, a buscar cosas diferentes, porque encuentra cosas raras que no se ven en la calle." En cuanto a los niveles de aceptación del rubro, cree que "en el país cada vez se estila más este tipo de consumo, por necesidad y por moda" (...) "cada vez este tipo de forma de comprar es más conocido y más aceptado, antes la gente tenía prejuicio con lo usado, hoy en día es hasta canchero e inteligente comprar algo usado". Respecto a la conciencia en el cuidado ambiental, no hace una relación concreta con sus clientes, no lo tiene medido.

Cecilia Albornoz, fundadora de Cazadora Vintage, showroom de ropa de la década del 60 y 70 (de venta *online* y con turno), hace 10 años que se dedica de lleno a este negocio. Comenzó como un hobby pero siempre desde una perspectiva artística y de curaduría, la concepción de cuidado del ambiente llegó mucho después en su emprendimiento. “Yo creo que recién en el 2020 con la pandemia la gente entendió qué era moda *vintage* entonces ahí hubo un cambio, explotó. (. . .) Es algo que vino para quedarse y que va a aumentar el tema de reacondicionar, reciclar, reutilizar”, sostiene Cecilia en un artículo publicado en la web Las Argentinas trabajamos.

Otro ejemplo es The Vintage Hole, que empezó hace trece años siendo una feria itinerante, entre amigas que hacían ferias cada tres meses en distintos galpones, departamentos, garages o restaurantes. Hoy tienen un local en Palermo Soho donde venden prendas de segunda mano, ropa y artículos *vintage* y una selección de reconocidas marcas argentinas e internacionales con sus temporadas anteriores, con una importante diferencia de precios respecto a los productos nuevos.

5.2 Prendas y accesorios fabricados con materiales recuperados o reciclados

Si entendemos a la moda circular como aquella que recircula materiales y/o productos para otorgarles una nueva vida útil en el mercado creemos que es necesario realizar unas consideraciones acerca de un concepto más amplio, que es el de la moda sostenible y que abarca la moda circular.

Se denomina moda sostenible a aquellos emprendimientos que usan materiales y/o procesos que no dañan el ambiente. La moda sostenible se basa en la fabricación de ropa teniendo como prioridades la disminución de los impactos ambientales en toda la cadena de producción, y el uso de materiales más ecológicos o con menor impacto, reduciendo la contaminación ambiental y la huella de carbono de los productos. Por ejemplo: la utilización de algodón orgánico, las experimentaciones con fibra de bambú, de tallo de plátano o cáñamo, etc.

En el caso del presente trabajo, no consideraremos el amplio espectro de la moda sostenible, sino que profundizaremos en las posibilidades de la moda circular y su vinculación con la necesidad de incentivar la disponibilidad de materiales recuperados y reciclados, lo que resultaría en una disminución de la disposición final de residuos textiles post-consumo.

En Latinoamérica hay 900 empresas certificadas B y 200 son de Argentina. Dentro de este rubro entran algunas de las empresas o emprendimientos que producen ropa o accesorios de moda con materiales recuperados o reciclados. En algunos casos son emprendimientos creados desde cero con esta idea, y en otros son marcas que lanzan una línea que cumplen con algunos de esos parámetros a la hora de confeccionar el artículo.

Por ejemplo, Conciensus, vende productos de marroquinería creados a partir de la recuperación de materiales de distintas industrias que van a ser descartados (telas, lonas, entre otros), los mismos son transformados en carteras, mochilas y billeteras nuevas. Además, busca generar valor social, al trabajar con talleres integrados o liderados por mujeres. “El mundo necesita más mujeres conscientes de su potencial y sus derechos. Los productos entrelazan historias de sus materiales: historias de nuestra herencia marroquina y de las mujeres del taller que convierten esos insumos de descarte en algo nuevo”, asegura Ana Paula Ferrari, quien fundó la marca en 2018.

Ferrari presenta a su empresa como una marca de marroquinería sostenible, para la cual debió aprender el proceso desde cero, comenzando por la búsqueda de desechos y luego incorporando el aspecto social. “Comenzamos con descartes de lonas, luego con uniformes de empresas que desechaban, también desechos de cartón y textiles. Para mí la sustentabilidad es una forma de vida, yo reciclo absolutamente todo”, señala Ferrari. “Le buscamos la vuelta de tuerca a los materiales que usamos y el packaging son cajas de supermercado que pedimos, está todo alineado, tiene que haber una coherencia interna y eso es lo que queremos comunicar”. Algo que se destaca o presenta en estos procesos de producción cuenta Ferrari es que “ningún producto es igual”. “Trabajar con materiales recuperados no es una dificultad, para mí la dificultad es explicarle al consumidor final lo que implica y significa la sustentabilidad”, agrega. Respecto a los precios, siempre intentan que sean razonables y accesibles a todos. Sus clientes son principalmente mujeres entre 20 a 60 años, pero destaca que el público joven suele ser “más sensible, vegetariano, o vegano y con conciencia”. Reconoce como motivaciones de sus compradoras una combinación de razones: gusto, moda, precios y que también “suma mucho el concepto ecológico”.

Desde su rol de emprendedora reclama la sanción de una regulación clara sobre desechos textiles que permita facilitar el acceso a materia prima para los procesos. Considera que son necesarias acciones y bajadas concretas de parte del Estado para incentivar esta industria incipiente.

Por otro lado, algunas marcas rescatan materiales específicos. D.R.Y nació en 2021 con el fin de recuperar paraguas en desuso para hacer ropa y accesorios únicos y sin género. Su lema es “basura cero” y se consideran un emprendimiento de triple impacto: ambiental, social y económico. Recuperan todo el paraguas reinsertándolo en otras cadenas de producción, donando una parte a mujeres de la comunidad wichí, que los transforman en agujas de tejer, y otra parte a escultores; las partes plásticas se llevan a reciclar; y los retazos de tela más chicos se donan a otros emprendimientos. Además, ayudan a pequeñas economías a través del comercio justo y local, con costureras independientes y jóvenes emprendedores.

Algunas marcas han incluido algunos modelos o líneas que sostienen parámetros en sintonía circular por ejemplo Kioshi, una marca de zapatillas que acaba de presentar su modelo de suela de caucho llamado “Kiocycle”, realizada con materiales de remanentes de otros productos. Con esta implementación, estarán reciclando unas cinco toneladas de *scrap* al año, que hasta ahora eran desperdicios. También está el caso de BAUMM, que fabrica bolsos y camperas coloridas con tela de parapentes que quedaron en desuso y los exportan a países como Bélgica, Alemania y Japón.

Otro ejemplo es el de Andrea de Navarrete, creadora de ADN Jewelry, una joyería contemporánea y sustentable hecha con cápsulas de café y bolsas de plásticos recicladas. Navarrete explica que la idea surgió hace diez años, cuando al vaciar el contenedor de una cafetera a cápsulas descubrió la variedad de colores de éstas. Explica: “las abrí, separé el café para el compost y comenzó la magia. Con las herramientas y estudios en joyería contemporánea empecé a crear piezas únicas y originales”.

Alejandra Gougy es directora de AMSOAR, Asociación Moda Sostenible Argentina, además es artista plástica, diseñadora de moda sostenible y fundadora de la marca Cosecha Vintage. Ella define claramente cuáles son los procesos de fabricación de las prendas para que puedan ser sostenibles, qué máquinas y materias primas usan en su marca. “Primero hay que tener en claro que la sostenibilidad es diferente en cada país, no es lo mismo el desarrollo sostenible en Argentina que en Canadá o en Alemania. En Cosecha Vintage yo trato de usar solo descartes. Al no comprar tela no se genera una cadena de consumo de materias primas. Uso todo lo que son descartes industriales, por ejemplo, pueden ser descartes de electrodomésticos. Cualquier tipo de material me sirve para armar las prendas, a partir de ahí toda la materia prima que se utiliza es un *scrap*,

un descarte que estaba condenado a tirarse en un basural. (...) El packaging también es descarte de medias que han quedado. En la cadena tratamos de día a día ir mejorando. Obviamente, la meta es ser 100% sostenible, pero lo importante es empezar a ser una marca o un emprendedor consciente”, asegura en extensa entrevista realizada en el portal Argentina + Sustentable.

Respecto al método de producción que utilizan, Gougy sostiene que “puede ser que sea más caro porque no es lo mismo ir a comprar un metro de tela que generar un metro de tela. Para poder hacer una tela yo tengo que agarrar quizás seis pares de medias, abrirlas, cortarlas y unir las. Por algo sale más barato comprar una remera de H&M o de cualquier marca. Sale tres dólares porque pagan casi nada la tela, la materia prima y la mano de obra. Entonces, si vas a utilizar un material reciclado que te lleva hora hombre, tenés que ir a la fábrica, buscar el descarte, separarlo, lavarlo, prepararlo, cortarlo, generar el hilo textil y después hacer la prenda. Resulta ser más costoso, por eso tratamos de abaratar gastos en lo posible”.

A diferencia del crecimiento exponencial del rubro de la venta de ropa usada, estas experiencias nos demuestran la existencia de un sector incipiente y de lento crecimiento vinculado a la fabricación de prendas con materiales recuperados o reciclados, que presenta dificultades para obtener materia prima, simplificar sus procesos industriales y para salir del nicho y llegar de manera masiva al público general.

5.3 Primeras aproximaciones sobre el consumo de moda circular en la Ciudad de Buenos Aires

En el marco del presente informe, se elaboró una encuesta de respuestas anónimas a los fines de relevar las percepciones de cien vecinos de distintos puntos de la Ciudad en torno a los nuevos paradigmas de consumo de la moda circular.

Se observa que son los jóvenes los mayores consumidores de moda circular, además de ser ellos quienes tienen más interés y conocimiento sobre este concepto. Esto es corroborado por Julieta Alalu, dueña de Búnker, quien sostiene que “los más jóvenes son más conscientes en esto de reutilizar, son más abiertos y no tienen prejuicios con ponerse ropa *second hand*”.

Según los datos analizados, se evidencian algunas cuestiones centrales en cuanto a los hábitos de consumo. Por un lado, es el precio la principal motivación cuando se decide hacer una compra de prendas, calzados y accesorios de cualquier tipo. En el caso de la moda circular, incide la marca o diseñador sobre el precio, mientras que para la compra de prendas nuevas tradicionales es el precio el factor primordial de decisión.

Además, se destaca una mayor incidencia y frecuencia de compra de ropa nueva frente a la ropa usada, inclusive entre quienes son asiduos compradores de segunda mano, siguen dándole prioridad al consumo de prendas nuevas.

De las personas encuestadas, un 73% ha consumido moda circular al menos una vez. Sin embargo, solo un 56% del total de los encuestados sabe o recuerda dónde comprar ropa de segunda mano o fabricada con materiales reciclados o recuperados en CABA. Asimismo, se observa que el porcentaje de personas que han consumido moda circular coincide con la cantidad de encuestados que manifestaron conocer el concepto de moda circular. Esto indicaría que una mayor conciencia sobre la existencia de alternativas a la moda tradicional podría traducirse en mayores ventas en el sector de la moda circular. Por un lado, a través de la incorporación de un nuevo público interesado en este nuevo paradigma y, por el otro, a tra-

vés de herramientas que faciliten la información sobre los puntos de venta de este tipo de productos. Al preguntarle a los encuestados acerca de las medidas que consideran que podrían fomentar la adopción de la moda circular en la Ciudad de Buenos Aires, se destacan:

- la recolección diferenciada en contenedores transparentes para ropa usada;
- el trueque de prendas;
- una mayor difusión sobre puntos de venta de usado;
- una mayor difusión del concepto de moda circular y del *fast fashion*;
- la baja de impuestos para productos de la moda circular;
- la obligación de etiquetado para indicar la composición de las prendas;
- la creación de un sistema de puntos y beneficios para consumidores de moda circular;
- el fomento de la llegada de la moda circular en todos los barrios;
- la creación de ferias barriales en la vía pública y/o en instituciones de la sociedad civil;
- la implementación de espacios publicitarios prioritarios para los emprendedores de moda circular; y,
- y la asociación del concepto de “Ciudad Verde” con la moda circular.

6. Relevamiento de puntos de venta de moda circular en la Ciudad de Buenos Aires

Para este informe se relevaron distintos puntos de venta de moda circular en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, incluyendo aquellos que cuentan con local físico y aquellos que únicamente comercializan de forma *on-line* con sede principal en la Ciudad. Si bien este ejercicio no pretende ser exhaustivo, sí apunta a lograr un insumo representativo sobre la situación del mercado de la moda circular en la Ciudad, a los fines estadísticos y con el objetivo de alimentar un mapa abierto. Al cierre de este informe, se contabilizan 70 emprendimientos de Moda Circular en la Ciudad de Buenos Aires.

Prima facie, se encontró que menos de la mitad de los puntos de venta relevados cuentan con local a la calle. Se evidenció que existe más cantidad de negocios de prendas de segunda mano sobre los que comercializan prendas fabricadas con materiales reciclados. Esta preponderancia indica una deficiencia de tipo tecnológica, normativa y de conducta del mercado para un verdadero despegue de la oferta y la demanda de prendas fabricadas con materiales reciclados o del *upcycling*.

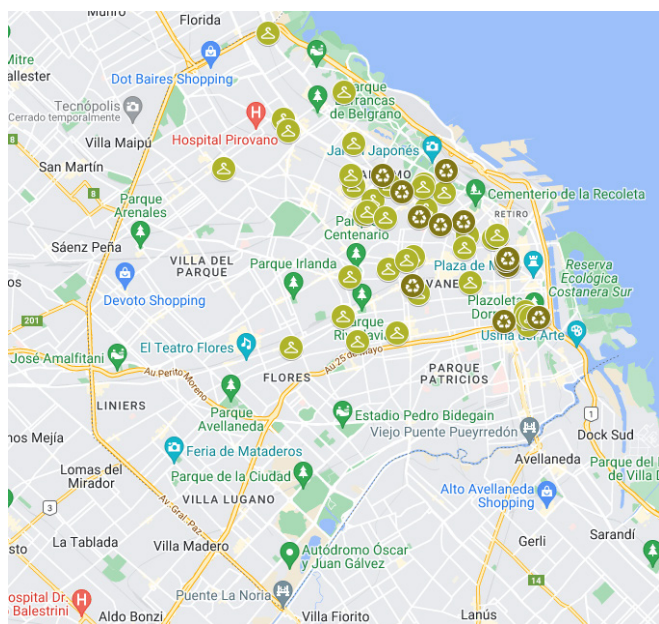
En cuanto a este segmento, si bien existen emprendimientos que reutilizan descartes textiles, o residuos de materiales sintéticos, no se encontró evidencia de existencia de procesos industriales de reciclado de algodón, poliéster u otros polímeros para destinarse a la fabricación de prendas de consumo masivo. Debido a la poca versatilidad de ciertos materiales recuperados, se encontraron mayor cantidad de emprendimientos que fabrican accesorios (carteras, cinturones, etc) frente a aquellos que producen y comercializan prendas de vestir o calzado. Esto es un indicador de la ausencia de una regulación que establezca metas de incorporación de materiales reciclados que permitiría la oferta de telas recicladas versátiles para poder fabricar pantalones, remeras, sweaters y otras prendas.

Geográficamente, se identificó que casi todos los emprendimientos se nuclean cercanos a la zona céntrica de la Ciudad, destacándose una mayor incidencia de este tipo de comercios en barrios como Palermo, Recoleta, Almagro o San Telmo.

Asimismo, durante el relevamiento se identificaron prácticas de *greenwashing* o lavado verde, en emprendimientos que se autodefinen como sostenibles, basándose únicamente en alguna característica insignificante de su proceso productivo.

Finalmente, el resultado del relevamiento fue plasmado en un mapa de Google Maps¹, a modo de herramienta interactiva, de acceso público y en continua actualización, con el objetivo de promover la moda circular y la economía verde en la Ciudad de Buenos Aires. En el mapa, se pueden consultar los distintos emprendimientos, diferenciando aquellos que se dedican al comercio de prendas de segunda mano de aquellos que venden prendas fabricadas con materiales reciclados. A su vez, incluye la información de contacto y sus redes sociales. Por último, se posibilita a las personas interesadas a postular su emprendimiento para ser incluido en el Mapa.

A través del siguiente QR se puede acceder al primer Mapa de Moda Circular de la Ciudad de Buenos Aires desde cualquier teléfono celular:



1 <http://bit.ly/mapademodacircularba>

7. Propuesta de normativa de referencia nacional.

En los últimos años distintos países han avanzado o están trabajando en normativa para reducir el impacto de la industria de la moda, como es el caso de Chile, donde desde el Ministerio del Medio Ambiente se anunció en septiembre de 2021 que se incluirían los residuos textiles en la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor sancionada en 2016.

En el caso del continente europeo, se destaca la Directiva (UE) 2018/851 del Parlamento Europeo y del Consejo del 30 de mayo de 2018², por la que se modifica la Directiva 2008/98/CE sobre los residuos, que estableció la obligatoriedad de recolección selectiva de residuos textiles antes del 1° de enero de 2025 y el fomento de la reutilización de los textiles.

En Francia ya se viene implementando hace muchos años un sistema nacional de Responsabilidad Extendida del Productor en materia de residuos de textiles, lencería del hogar y calzado, (llamados “residuos TLC”, por sus siglas en francés). Desde su puesta en marcha, la organización francesa Refashion³ -antes llamada ECO TLC-, ha logrado duplicar el volumen de residuos textiles recogidos de forma diferenciada para su reutilización y reciclaje: del 18% en 2009 al 36% en 2017. En 2018 se recolectaron 239.000 toneladas de residuos textiles, que fueron objeto del siguiente tratamiento: 58.6% reutilizados, 32.6% reciclados, 8.4% valorizados energéticamente y 0.4% eliminados (Ministerio de la Transición Ecológica y de la Cohesión de los Territorios de la República Francesa, 2023). En este marco, este consorcio de productores también trabaja en iniciativas de promoción del ecodiseño, con recomendaciones en materia de procesos de tinturas y teñidos, materiales, y análisis de los ciclos de vida.

Por otra parte, la Ley francesa N° 2020-105 del 10 febrero de 2020, relativa a la lucha contra el desperdicio y a la economía circular, incorporó nuevas disposiciones para los TLC, en función de distintos ejes: favorecer una nueva producción en base al ecodiseño, informar mejor a los consumidores a través de mejores etiquetados, simplificar las reglas para la disposición inicial selectiva, terminar con la impresión de tickets, recolectar los residuos de TLCs, prohibir la destrucción de excedentes textiles y reforzar el principio de Responsabilidad Extendida del Productor (Re-fashion, 2020).

Otro caso es el de España, donde ya se realizan importantes campañas de recogida de prendas usadas en los centros comerciales. En abril de 2022 se sancionó la “ley de Residuos y Suelos Contaminados”⁴ donde se establece, entre otras cuestiones derivadas la mencionada Directiva de la UE, metas de recogida selectiva de residuos textiles, la obligatoriedad de implementar sistemas de Responsabilidad Ampliada del Productor y la prohibición de destrucción de prendas no vendidas.

Con estos antecedentes, consideramos necesario que Argentina adopte un marco normativo nacional para regular la gestión ambiental de los residuos de TLC, a modo de ley de presupuestos mínimos de protección ambiental.

2 Disponible en: <https://www.boe.es/doue/2018/150/L00109-00140.pdf>

3 <https://refashion.fr/>

4 Disponible en: [BOE-A-2022-5809 Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.](#)

La misma debería establecer las definiciones y metas progresivas para la recolección diferenciada de residuos de TLC, y para los tipos de valorización que se les otorgue, según una jerarquía de opciones (prevención y minimización; reutilización; reciclado y *downcycling*; valorización energética; y disposición final en relleno sanitario -en ese orden-). Además debería identificar a los sujetos obligados, los que llevarían adelante a su costo uno o varios Sistemas Integrales de Gestión (SIG) de residuos de TLC. La información detallada sobre estos SIG debe ser fácilmente accesible para los consumidores, y se deben establecer las obligaciones de las autoridades competentes, así como también las sanciones ante posibles incumplimientos.

A tales fines, complementariamente a este informe, se elaboró desde Jungla Urbana un anteproyecto de ley nacional, que incluye también una disposición para que se le aplique la alícuota reducida del IVA (10.50%) a las prendas de indumentaria y calzado de segunda mano.

Finalmente, también se considera necesario el desarrollo y la aprobación de un marco común de taxonomías verdes para Argentina e incluso para la región, que podría colaborar con la identificación y promoción de los emprendimientos de moda sostenible y circular, evitando así el *greenwashing*. En esta línea se expresaron más de veinte parlamentarios y parlamentarias de América Latina y el Caribe en la primera Cumbre Parlamentaria de Cambio Climático y Transición Justa en América Latina y el Caribe que tuvo lugar el 20 de abril de 2023 en la sede de Cepal en Santiago, Chile, comprometiéndose a “trabajar en forma conjunta para identificar y acordar criterios compartidos que permitan armonizar elementos mínimos comunes de taxonomías verdes y sostenibles en nuestra región” (CEPAL, 2023).

8. Conclusión

La moda circular en la Ciudad de Buenos Aires está en un estadio incipiente, traccionado por el pequeño y mediano emprendedurismo, motivado en parte por una creciente conciencia ambiental pero principalmente por razones artísticas, de curaduría o coleccionismo. En el caso puntual del mercado de segunda mano, el creciente interés en éste puede explicarse en gran parte por la profundización de la crisis económica y la escalada de los precios.

Se identifica la importancia de crear una normativa nacional para incentivar la moda circular y regular la gestión de los residuos, logrando una mayor disponibilidad de materia prima para nueva mercadería fabricada con materiales recuperados. A su vez, se evidencia un conocimiento reducido acerca de las opciones para adquirir moda circular en la Ciudad de Buenos Aires, y sobre el potencial de crecimiento que tiene el sector en cuanto a las posibilidades tecnológicas y las regulaciones que podrían surgir en el futuro. Esto deriva en la necesidad de articular entre los distintos emprendimientos existentes y posibilitar a muchos de ellos el acceso a herramientas que les brinde una perspectiva de sostenibilidad, más allá de las cuestiones estéticas y/o artísticas.

Se evidencia que los factores más valorados a la hora de decidir por la moda circular son el precio y la originalidad, lo que indicaría un potencial de crecimiento del sector a partir de la difusión de los beneficios ambientales asociados o de una futura normativa futura que condicione a la moda rápida e incentive a los grandes retailers a recuperar prendas en desuso y a reintroducirlas en la cadena de valor.

Finalmente, se relevó la existencia de un relativo desconocimiento o desinterés en la disponibilidad de comercios de la moda circular y sus beneficios para el desarrollo sostenible. Este aspecto se evidencia tanto en los consumidores como en un segmento de los emprendedores del sector. La falta de difusión de los principales conceptos que definen y rigen a esta industria dificultan su crecimiento, no hay campañas oficiales, pocas instituciones gubernamentales o civiles que se dediquen de manera exclusiva a la temática, además de que entran en conflicto con industrias fuertes como es la de la fabricación y comercio de vestimenta.

Las tendencias mundiales avanzan hacia la incorporación de criterios de sostenibilidad en la industria de la moda, en un afán de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y la sobreexplotación de recursos. Es esperable que estas tendencias se conviertan en exigencias en los próximos años, motivo por el cual es necesario estudiar la situación presente y el potencial de crecimiento del sector tanto a nivel Ciudad de Buenos Aires como nacional. Es así que el presente informe pretende hacer un aporte para acelerar la transición hacia el paradigma de la circularidad, a través de la propuesta de lineamientos para una normativa de referencia nacional y de la puesta a disposición del primer mapa de la Moda Circular en la Ciudad de Buenos Aires.

9. Bibliografía

- AMORI, Walter. “Economía circular y moda sustentable: “Tenemos que romper con las imposiciones culturales”. Pulso Noticias. 29 de junio de 2022. Disponible en: <https://pulsonoticias.com.ar/112286/economia-circular-y-moda-sustentable/>
- ARGENTINA + SUSTENTABLE. “Asociación de moda sostenible argentina”. Portal web. Disponible en: <https://argentinamassustentable.com.ar/?p=8782>
- CHAB, O. NINIO, A. ACOSTA, M. ROZENBERG, C. “Emergencia Fast-Fashion: El gran costo de la moda rápida”. ORT Argentina. 2020.
- DI PASSALACQUA, VICKY. “¿Qué es la moda circular y por qué es tendencia? Revista Noticias. 25 de junio del 2023. Disponible en <https://noticias.perfil.com/noticias/costumbres/que-es-la-moda-circular-y-por-que-es-tendencia.phtml>
- ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, BOITEN VALERIE. “Building a circular economy for textiles supported by common rules on Extended Producer Responsibility (EPR) in the EU”. 14 de julio de 2022. Disponible en: https://emf.thirdlight.com/file/24/gVKylmJgVwz7mYQgVQ5igOpi.rg/Elle%20MacArthur%20Foundation%20perspective%20on%20Extended%20Producer%20Responsibility%20for%20textiles_July%202022.pdf
- ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. Circular business models: redefining growth for a thriving fashion industry”. Disponible en: <https://emf.thirdlight.com/file/24/Om5sTEKOmm-fEeVOM7x-NOmq6S2k/Circular%20business%20models.pdf>
- ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. Ley de Economía Circular y AntiResiduos de Francia: eliminar los residuos y promover la inclusión social. 2021. Disponible en: <https://emf.thirdlight.com/file/24/muljb06mux1fdSLmulfEmup-bca/%5BES%5D%20Case%20Studies%20-%20French%20Anti%20Waste%20Law.pdf>
- ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. “A new textiles economy: Redesigning fashion’s future”. 2017. Disponible en: <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>
- ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. “Biodiversity: Fashion deep-dive”. Disponible en: <https://ellenmacarthurfoundation.org/fashion-examples>
- Entrevista a Cecilia Albornoz en el Portal “Las Argentinas Trabajamos”. Disponible en: <https://lasargentinas trabajamos.com/trabajan/red/cecilia-albornoz>
- FERNANDEZ, Belén. “ Crecen las ferias americanas premium y se puede ganar hasta \$ 1 M al mes vendiendo ropa usada”. Negocios. 27 de junio 2023. Disponible en : <https://www.cronista.com/negocios/crecen-las-ferias-americanas-premium-y-se-puede-ganar-hasta-1-m-al-mes-vendiendo-ropa-usada/>

- GOMEZ, Cecilia. Podcast “Historia y moda”. Episodio 77. 11 de octubre de 2022. Disponible en: <https://open.spotify.com/episode/3GuO8tlelqVPdtSRHCjJOx?si=KX5v25RLRgmhJWfyRQYrgw>
- GUERRERO, M. F. (2017). “Moda y Consumo en el tiempo de la Inmediatez”. Universidad de San Andrés. Disponible en [<https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/15935/1/%5bP%-5d%5bW%5d%20M.%20Mar.%20Guerrero.%20Mar%c3%ada%20Fernanda.pdf>].
- INNOVACIÓN DIGITAL 360. “Sostenibilidad: significado, objetivos y por qué es importante” Disponible en: [https://www.innovaciondigital360.com/agrotech/sostenibilidad-significado-objetivos-y-por-que-es-importante/?gclid=CjwKCAjwjOunBhB4EiwA94JWsKDbbUPB-RsBS04uHd-FWTpYuHrZTO5p8g67d2p-oXZiihIMY_YNITBoCdW0QAvD_BwE#%C2%BFQue significa la sostenibilidad](https://www.innovaciondigital360.com/agrotech/sostenibilidad-significado-objetivos-y-por-que-es-importante/?gclid=CjwKCAjwjOunBhB4EiwA94JWsKDbbUPB-RsBS04uHd-FWTpYuHrZTO5p8g67d2p-oXZiihIMY_YNITBoCdW0QAvD_BwE#%C2%BFQue%20significa%20la%20sostenibilidad)
- LASCANO, Agustina. “Fast fashion y sus alternativas: ropa de segunda mano, moda circular y marcas responsables”. Filo.News. 17 de marzo 2023 Disponible en: <https://www.filo.news/noticia/2023/03/16/fast-fashion-y-sus-alternativas-ropa-de-segunda-mano-moda-circular-y-marcas-responsables>
- MAURELLO, María Eugenia. “Residuos textiles: el lado B (y no sustentable) de la moda”. La Nación. 16 de enero de 2022. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/residuos-textiles-el-lado-b-y-no-sustentable-de-la-moda-nid16012022/>
- MINISTERIO DE LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y DE LA COHESIÓN DE LOS TERRITORIOS DE LA REPÚBLICA FRANCESA. “*Produits textiles (TCL)*”. Disponible en: <https://www.ecologie.gouv.fr/produits-textiles-tlc>
- NACIONES UNIDAS. “El rol de los recursos naturales ante la pandemia por el COVID-19 en América Latina y el Caribe”. 4 de agosto de 2020. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/enfoques/rol-recursos-naturales-la-pandemia-covid-19-america-latina-caribe>
- PEDRAZZOLI, Mara. “Crece el boom de la ropa usada”. Página 12. 19 de junio del 2023. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/559517-crece-el-boom-de-la-ropa-usada>
- PRADO, Mariana. “La economía circular y el suprareciclaje ganan terreno en la moda: 15 iniciativas sustentables”. TN Sociedad. 21 de junio de 2022. Disponible en: <https://tn.com.ar/sociedad/2022/06/21/la-economia-circular-y-el-suprareciclaje-gana-terreno-en-la-moda-15-iniciativas-sustentables/>
- QUANTIS. “Measuring Fashion: Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries Study”. 2018. Disponible en :https://quantis.com/wp-content/uploads/2018/03/measuring-fashion-globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018a.pdf
- RE-FASHION. “*Loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire. L'essentiel pour la filière TLC*”. Marzo de 2020. Disponible en: <https://refashion.fr/pro/sites/default/files/fichiers/Lessentiel%20Filiere%20TLC%20Mars2020%20%281%29.pdf>

- REY, Pia “¿Es lo mismo hablar de moda sostenible que de moda sustentable?”. Vogue México y Latinoamérica. 3 de diciembre del 2020. Disponible en: <https://www.vogue.mx/moda/articulo/sustentabilidad-y-sostenibilidad-diferencias>
- SADOWSKI, Michael; PERKINS, Lewis; MCGARVEY, Emily. “Roadmap to Net Zero: Delivering Science Based Targets in The Apparel”. World Resources Institute. Noviembre de 2021. Disponible en: <https://apparelimpact.org/wp-content/uploads/2022/02/roadmap-net-zero-delivering-science-based-targets-apparel-sector.pdf>
- SAULQUIN, Susana (2011) Historia de la moda argentina. Del miriñaque al diseño de autor.
- SLUCKI, Javier. “Ropa: cambió la tendencia y los precios suben por debajo de la inflación”. El Destape. 25 de agosto de 2023. Disponible en: <https://www.eldestapeweb.com/economia/inflacion/ropa-cambio-la-tendencia-y-los-precios-suben-por-debajo-de-la-inflacion-202382515460>
- TEXTILE EXCHANGE. “Preferred Fiber & Materials Market Report”. Octubre de 2022. Disponible en: https://textileexchange.org/app/uploads/2022/10/Textile-Exchange_PFMR_2022.pdf
- UNIVERSIDAD DE SAN ANDRES: Repositorio General Disponible en: [<https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/15935/1/%5bP%5d%5bW%5d>]
- VILLEMANN, Cyril. “El costo ambiental de estar a la moda”. PNUMA. 12 de abril de 2019. Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- VITALE, Silvina. “Entre la conciencia ambiental y la crisis: qué es la moda circular y por qué afirman que ayuda a ahorrar hasta un 70%”. La Nación. 24 de abril de 2023. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/tendencia-que-es-la-moda-circular-y-por-que-se-afianza-en-la-argentina-nid24042023/>
- ZERO. Supporting Documents. Reportes de referencia para uso de químicos, agua y efluentes. Disponible en: <https://www.roadmaptozero.com/documents>