

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE TEXTIL Y CONFECCIONES



La gestión de las empresas de moda sostenible en el Perú: Una revisión bajo los modelos de sostenibilidad ecológica en la etapa del diseño del producto durante el siglo XXI

INTEGRANTES:

Perez Barzola Nayely Cahori	21170210
Lajo Angulo Fiorela Milagros	21170207
Matute Parizaca Luisa Nazareth	21170228
Montañez Reynoso Jackeline Judith	21170232

CURSO:

Sociología aplicada

PROFESOR:

Francisco Javier Wong Cabanillas

Carlos Alberto Vega Vidal

Lima, 2022

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	6
DEDICATORIA	7
JUSTIFICACIÓN	8
RESUMEN	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I	11
1.1. Objetivo General	11
1.2. Objetivos Específicos	11
CAPÍTULO II	12
2. Conceptualizaciones	12
2.1.1. Moda	12
2.1.2. Sostenibilidad	12
2.1.2.1 Modelos de sostenibilidad	13
2.1.2.1.1 Modelo del Triple Bottom Line	13
2.1.2.1.2 Modelo de la sostenibilidad en la producción	14
2.1.2.2 Eco-Diseño	15
2.1.3. Moda sostenible	16
2.1.4. Productos Textiles Ecológicos y sostenibles	16
2.1.5. Transversalización del modelo de las cinco dimensiones en la etapa de diseño de producto.	17
2.1.5.1. Social	17
2.1.5.2. Economía	18
2.1.5.3 Ambiente	19
2.1.5.4 Cultura	19
2.1.5.5 Estética	20
CAPÍTULO III	21
3. Moda sostenible en el Perú	21
3.1. ¿Cómo impacta en el Perú?	21
3.1.1. Aspectos económicos	21
3.1.2. Aspectos normativos	22
3.1.3. Aspectos sociales	23
3.1.4. Aspectos tecnológicos y ambientales	26
3.2. Empresas con enfoque sostenible	27
3.2.1. Insecta	27

3.2.2. Anntarah	30
3.2.4. Wisqa	37
CAPÍTULO IV	40
4. Experiencias eco amigables	40
4.1 Casos de éxito	40
4.1.1 Diseñador Carlos Quispe	40
4.1.2 Diseñador Diego Flores	42
4.2. Entrevista	44
4.2.1 Myriam Laroche	44
CONCLUSIONES	47
RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Insecta	27
Figura N° 2: Cuero vegetal de piña	27
Figura N° 3: Cuero vegetal del árbol de Shiringa	28
Figura N° 4: Desfile de los productos de Insecta	29
Figura N° 5: Apoyo a las mujeres peruanas artesanas	29
Figura N° 6: Alpaca	30
Figura N° 7: Algodón	31
Figura N° 8: Prendas confeccionadas por Anntarah	32
Figura N° 9: Familias y comunidades nativas de la selva amazónica.....	33
Figura N° 10: Proceso artesanal para la extracción del látex.....	34
Figura N° 11: Suelas para calzado.....	34
Figura N° 12: Producción y consumo responsable.....	35
Figura N° 13: Látex de Shiringa.....	35
Figura N° 14: Algodón orgánico nativo peruano.....	36
Figura N° 15: Algodón orgánico pima peruano.....	37
Figura N° 16: Alpaca peruana.....	37
Figura N° 17: Baby alpaca peruana.....	38
Figura N° 18: Carlos Quispe.....	39
Figura N° 19: Drapeado en forma circundante.....	40
Figura N° 20: Prenda en capa para un efecto voluminoso.....	41
Figura N° 21: Diego Flores.....	42
Figura N° 22: Premio otorgado en el gran evento “Perú Moda 2019”	43
Figura N° 23: Myriam Laroche	44
Figura N° 24: Conversatorio de moda sostenible	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Variables específicas del modelo de las cinco dimensiones aplicadas a la etapa de diseño de producto.....	19
---	----

PRESENTACIÓN

La facultad de ingeniería industrial-Escuela profesional de Ingeniería textil y confecciones, en el marco del curso de Sociología, presenta el siguiente trabajo monográfico en torno al estudio de la Moda sostenible y sus principales implicancias y características en el Perú.

Asimismo, el presente trabajo se encuentra dirigido al público en general, debido a que es un tema de suma importancia y que nos compete a todos conocer.

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios quien nos regaló la vida, y quien guía nuestros pasos. A nuestros padres por su ejemplo de superación y esfuerzo, por su apoyo incondicional y por no haber dudado ni un solo segundo de nuestra vocación. A mis maestros Javier y Carlos, quienes vienes tras vienes nos brindan lo mejor de ellos y nos imparten sus profundos conocimientos. Finalmente, a todos los que intervinieron para la satisfactoria culminación de este trabajo.

Nazareth M., Fiorela L., Jackeline M., Nayely P.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo monográfico se enfocará en los principales conceptos e implicancias de Moda Sostenible en el Perú. En los últimos años el deterioro y la despreocupación de la sociedad por el medio ambiente se ha incrementado, son muchos los factores que intervienen en el desgaste ambiental que se viene llevando a cabo, uno de ellos es ocasionado por la industria de creación y confección de productos textiles. Por lo que es de nuestra entera preocupación poder informar y dar a conocer los siguientes temas en Moda Sostenible. Este trabajo permitirá tener un conocimiento más amplio sobre la Moda Sostenible y por supuesto poder tener una mejor elección a la hora de comprar un producto textil.

RESUMEN

La presente investigación aborda el tema de la sostenibilidad en el sector de la moda en Perú. Dicho tema es muy importante, necesario que parte del actuar irresponsablemente de la ciudadanía. Debido a ello, la sostenibilidad puede entenderse como la capacidad de satisfacción de las necesidades futuras para que así exista una relación armónica entre la sociedad, economía y ambiente. El objetivo general de nuestro trabajo será analizar el impacto ecológico que presentan las empresas peruanas durante el siglo XXI explicando algunos modelos de sostenibilidad que se deben aplicar en la etapa de diseño de producto. Dentro del sector de la moda, la etapa de diseño de producto es fundamental pues involucra decisiones de gran impacto a nivel de costos, elección de materiales, gestión de la cadena de suministros y compromiso del consumidor. Sobre ello, los modelos de sostenibilidad que se plantean combinan las cinco dimensiones de la sostenibilidad (económico, social, ambiental, cultural y estético) claves para la etapa del diseño de producto. Finalmente, el análisis del marco contextual mostrará que en el país existen pocas organizaciones de moda sostenible, las cuales se encuentran en una etapa inicial de desarrollo y poseen distintos grados de internalización de la perspectiva de la sostenibilidad en el diseño de sus productos.

INTRODUCCIÓN

Antes del surgimiento del término sostenibilidad, las organizaciones a nivel global consideraban el aspecto económico como el único indicador para el funcionamiento de sus operaciones y/o negocios dejando a un lado los factores sociales y ambientales. Sin embargo, en los últimos años, el término sostenibilidad ha generado un cambio en varios de los aspectos fundamentales de las organizaciones. En el sector de la moda este cambio ha resultado de mayor impacto, ya que las compañías de esta industria son fuertemente cuestionadas por sus efectos sociales y ambientales. La moda sostenible es una alternativa saludable a la moda convencional, ya que, actúan cuidando el medio ambiente, respetando los derechos humanos de trabajadores textiles, y sobre todo la protección de la salud al elaborarse con materiales naturales libres de componentes tóxicos. ¡Todo ello, en un solo producto! . Es por eso, en primer lugar, es necesario explicar los objetivos tanto generales y específicos que nos ayudará a especificar el tema; en segundo lugar, algunos conceptos explicando qué es la sostenibilidad, de acuerdo a los diferentes conceptos de diversos autores, para luego describir los distintos modelos de sostenibilidad existentes. Para este caso, se han descrito cinco modelos y se ha escogido uno que incorpora variables específicas del sector de la moda para su adecuada explicación; en tercer lugar, el impacto que tiene la moda sostenible en nuestro país tanto los aspectos económicos , normativos, sociales, tecnológicos y ambientales, además de ello, algunas marcas que trascienden y emprenden en nuestro país con enfoque sostenible; en cuarto lugar, las experiencias ecoamigables, mencionando a algunos diseñadores que divulgan la moda sostenible; y finalmente luego de presentar tanto la información teórica como contextual se expondrá conclusiones y recomendaciones acerca de nuestro trabajo monográfico sobre la gestión de las empresas de moda sostenible en el Perú.

CAPÍTULO I

1.1. Objetivo General

- Analizar la gestión de las empresas de moda sostenible en el Perú bajo los modelos de sostenibilidad.

1.2. Objetivos Específicos

- Examinar la moda sostenible en nuestro país, analizando tanto los aspectos económicos, normativos, sociales; además, tecnológicos y ambientales.
- Evaluar los modelos de sostenibilidad aplicables al sector de moda sostenible.
- Describir las variables de las cinco dimensiones aplicadas en la etapa de diseño de producto.

CAPÍTULO II

2. Conceptualizaciones

2.1.1. Moda

Según la Real Academia Española(RAE) la moda es “Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos”, es decir, la moda es la encargada de determinar qué tipo de prendas se lleva en un momento determinado, con cuáles materiales o en cuál combinación.

La Moda no es simplemente una manifestación de fatuidad, sino que se convierte en un sistema permanente, como mencionamos anteriormente en una realidad social e histórica. Podemos definir a la Moda, como una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de venerar el presente (Lipovetsky, 1990).

2.1.2. Sostenibilidad

La sostenibilidad es definida por diversos autores, pero este no pierde la esencia de lo que es, ha sido centro de estudio a lo largo de muchos años.

Frente a la problemática actual de la sostenibilidad, se han formulado distintas definiciones que han partido de la que introdujo el informe de la Comisión Brundtland (--) de las Naciones Unidas, el cual señala que la sostenibilidad se refiere al desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Johnston, Everard, Santillo y Robert (2007) sostienen que el logro del concepto de sostenibilidad será posible de realizar solo por medio de un cambio de lógica en la dirección del modelo actual de desarrollo.

Hay otras definiciones al respecto como, por ejemplo, la que brindan Kopnina y Blewitt (2018), quienes entienden la sostenibilidad como la capacidad para mantener o perdurar en términos de tres dimensiones: economía, sociedad y ambiente. Xercavins et al. (2005) señalan que en la sostenibilidad intervienen elementos como la solidaridad intra e intergeneracional y la satisfacción de necesidades. Esta definición también incorpora las tres dimensiones de la sostenibilidad y establece que para alcanzarla la gestión de recursos debe ser viable, sostenible y deseable.

Una última definición proviene de Díaz y Escárcega (2009), quienes proponen que dentro del concepto de sostenibilidad se debe tener en cuenta la conservación y mejoramiento de la base de los recursos, así como la necesidad urgente de relacionar al medio ambiente con las decisiones económicas.

2.1.2.1 Modelos de sostenibilidad

Surgen los 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible, una serie de metas internacionales a alcanzar para el 2030, basadas en la protección del medio ambiente y de la sociedad. Dado que por eso existen modelos de sostenibilidad para reducir el impacto que presenta una empresa al producir sus productos.

2.1.2.1.1 Modelo del Triple Bottom Line

El modelo del triple Bottom Line es un modelo donde hace referencia al impacto que presenta una empresa enfocándose en tres factores específicos: económico, ambiental y social.

- Económico: beneficios a la empresa, siendo estable y positivo
- Social: atiende las demandas (internas y externas) socialmente responsable
- Medio ambiente: realizan acciones donde reducen impactos de la actividad que genera la empresa.

Dando a que se implementen estrategias combinando estos tres factores obteniendo una sostenibilidad empresarial.

Utilizar este tipo de modelo presenta beneficios a la empresa que son:

La mejora de imagen y reputación de una empresa, dado que actualmente existen más consumidores donde son conscientes que antes de adquirir un producto evalúan el proceso de la obtención de los recursos para producir dicho producto.

Aumenta la competitividad, la mejora de calidad, y atracción de nuevos clientes

Incremento de la creatividad en los empleados, mejora de ánimo y productividad

Aumento de las atracciones de nuevos inversionistas, reducción de costos innecesarios

2.1.2.1.2 Modelo de la sostenibilidad en la producción

La industria textil presenta una mayor contaminación que presenta la industria de la moda. Por lo que se desarrolla los textiles sustentables, siendo una alternativa amigable para el medio ambiente dado que los textiles sintéticos provienen del plástico generando mayor impacto al medio ambiente, por lo que se plantea que se reemplacen por textiles veganos, cuero de animales y/o frutas.

Según Vogue menciona que:

Los materiales para una moda sustentable, otras prácticas, además del uso de cuero o pieles animales, están siendo cuestionadas: la forma en la que se produce el algodón, su consumo de agua, los pesticidas, y el volumen necesitado, así como los textiles sintéticos - por ser derivados del petróleo (2022).

Las últimas investigaciones giran en torno a crear textiles a partir de recursos naturales, promoviendo la idea de una moda circular y sostenible durante su producción de las prendas.

Por lo que se utilizan los textiles sustentables dado que tienen el menor impacto sobre el medio ambiente, presentando un bajo consumo de agua en sus procesos, reducen su huella de carbono al máximo posible, se realizan a partir de fibras naturales u organismos vivos que son biodegradables o de materiales sintéticos reciclados, y en su proceso de fabricación están libres de químicos o agroquímicos que puedan luego dañar el agua o la piel.

Los textiles sustentables que se utilizan en la producción de prendas son: La piel de nopal, Piñatex (hojas de piña), Kombucha (celulosa bacteriana obtenido por la fermentación del té de Kombucha), Cuero de caucho vegetal, Micelio (fibra producida por los hongos) entre otros.

2.1.2.2 Eco-Diseño

El eco diseño toma en cuenta todos los factores que presentan impactos al medio ambiente durante cualquier parte del proceso de un producto en una empresa, por lo que presentan ciertas estrategias para tratar de disminuir el impacto en corto y largo tiempo. Dado que últimamente existen más consumidores donde se fijan en marcas que presentan consideraciones al medio ambiente al producir sus productos.

Una empresa para que empiece a orientarse al camino de la sostenibilidad. En la primera fase (reactiva) se debe de tener una visión en cómo se encuentra en el mercado, cuales son los impactos que genera hacia el medio ambiente, donde se definen dichos aspectos por lo que se cambiaran en reuniones que realiza la empresa basados en organismos, políticas, reglamentos y certificados. En la segunda fase (proactiva) se observa la cadena del proceso de la producción aplicando las normas y reglamentos dados, con el objetivo de reducir costos, energía y materiales, generando un menor impacto al ambiente mediante las evaluaciones y los controles.

La tercera fase (innovación) se desarrollan e implementan medidas innovadoras de sostenibilidad con el objetivo que la empresa realice su proceso de producción.

2.1.3. Moda sostenible

Teniendo en cuenta los conceptos individuales de “moda” y “sostenibilidad”, la moda sostenible se refiere a todas aquellas prendas y accesorios que se realizan con responsabilidad social y bajo el cuidado y preservación del medio ambiente. La moda sostenible es un nuevo mecanismo de diseño dentro de la industria textil que, según un artículo publicado en Eurofins(2022) , “Se basa en la fabricación de ropa teniendo como prioridades la disminución de los impactos ambientales, utilizando materiales más ecológicos o con menor impacto y reduciendo la contaminación medioambiental”.

La importancia de implementar esta nueva ética de producción y confección dentro de la industria textil se debe a que genera un comercio socialmente más justo y responsable, concientiza a sus usuarios al cuidado del medio ambiente y sobre todo contribuye al plan de Desarrollo Sostenible.

2.1.4. Productos Textiles Ecológicos y sostenibles

Cuando nos referimos a productos textiles ecológicos y sostenibles, nos referimos a aquellos productos que son confeccionados bajo una dirección responsable con el medio ambiente, y que por supuesto reducen el impacto negativo contra la contaminación ambiental. Es importante recalcar que para clasificar a un material, producto o confección como ecológica y sostenible no basta solo con reconocer una etiqueta eco-amigable, sino que es imprescindible ir más allá del tejido y concentrarnos también en su proceso de hilatura y teñido.

Según Connect Americas las fibras de menor impacto ambiental con origen natural son:

- Algodón reciclado: fabricado de residuos de algodón de pre-consumo como restos de hilo o tejido
- Algodón BCI: reduce el agua, mejora la biodiversidad del suelo
- Algodón "made in África": algodón local producido bajo cultivos sostenibles
- Algodón orgánico: cultivado en armonía con la naturaleza, sin agroquímicos peligrosos y sin semillas genéticamente modificadas.
- Existen otras fibras como: Seda, Lino, Cáñamo, Bambú, Ortiga, Lana ecológica, Sorona (fibra obtenida a partir del maíz), Yute, Coco, Plátano, Ramio, Corcho, Piña y Soya.

2.1.5. Transversalización del modelo de las cinco dimensiones en la etapa de diseño de producto.

Se cuestiona los procesos de producción de la moda, por tal motivo, se recomienda estas dimensiones en la etapa de diseño. Es de conocimiento que en el modelo de sostenibilidad existen cinco dimensiones adaptadas al sector de la moda sostenible, que están contenidas en dicho modelo. Es muy importante tener en cuenta una previa información de cada una de las variables de las cinco dimensiones para un mejor entendimiento.

2.1.5.1. Social

Según Flores (2020) comenta que “En esta dimensión de la etapa de diseño, presenta un amplio cambio de variables. Sin embargo, las principales variables que se tomarán en cuenta serán: la equidad, educación, housing, población y salud.” La equidad en el rubro textil hace referencia a la búsqueda de un trato por igual, sin importar que seas hombre o mujer, que en ningún trabajo haya una discriminación social, porque la igualdad laboral es

necesaria en toda industria a la que pertenezcas. Es decir, la equidad en esta industria busca la igualdad de género.

Según, Fasson (2021) llega a ser contradictorio que el trabajo menos valorado de la mujer sea dentro de esta industria, desde el 25 de marzo de 1911 en el incendio en una fábrica de New York, donde murieron 146 mujeres, por reclamar sus derechos ante el peligro en el que se encontraban por estar en condiciones de trabajo insalubre. (p. 3).

Lo mencionado anteriormente forma parte de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), que busca lograr un cambio al momento de empoderar a todas las mujeres. Por otro lado, es muy importante la inclusión social dentro de la industria, sin importar el sexo, discapacidad, situación económica o alguna otra condición que presente el trabajador.

En relación con la educación, va de la mano con la variable housing, porque los dos se centran en lo laboral. La primera variable va por el lado de erradicar el trabajo infantil mediante la moda sostenible y la segunda trata sobre las condiciones y vida justa que un trabajador del rubro textil debería acceder, como se mencionó con anterioridad sobre de la lucha de todas esas mujeres por un ambiente laboral digno. Por último, la salud, que se relaciona con el bienestar del trabajador ante los impactos negativos que genera la producción, por ejemplo, el uso de productos químicos, el material usado para la confección de la prenda, etc.

2.1.5.2. Economía

Este aspecto tiene relación con la estructura económica de la empresa en el nivel de ventas u otros ingresos que puede producir la empresa, que tan creativa y eficiente puede ser tal empresa para innovar sus productos, por ejemplo, el uso óptimo de materiales y el manejo de residuos. Ranaip (2019), gracias a diversos procesos, por ejemplo, los envases de plástico

pueden ser procesados con tratamientos de limpieza y filtrado para convertirse en hilo de poliamida y poliéster, muchas empresas que pertenecen a la industria de la moda producen piezas a base de plástico reciclados. En la moda sostenible, lo mencionado anteriormente es una buena herramienta para mejorar la empresa, debido a que los residuos o desechos pueden ser utilizados como insumos para la creación de nuevos productos.

2.1.5.3 Ambiente

En la tercera dimensión, relacionada al aspecto ambiental, Flores (2020) existen cuatro variables importantes: atmósfera, tierra, agua y biodiversidad. Uno de los elementos más importante en esta industria es el agua, “según un estudio por la universidad de Twente en colaboración con la Unesco IHE, en todo el proceso productivo de una camiseta se utilizan alrededor de 2.700 litros de agua. Y para producir un kilogramo de tela de algodón 11000 litros.” (Tinoco, Ruez y Rosales, 2009, p.69). Respecto a la biodiversidad, Xiota (2021) se piensa que cuando se habla de la moda y sostenibilidad se piensa que está relacionado al tema del ahorro, residuos, cambio climático, bienestar animal. La industria textil tiene un gran impacto en lo que es la biodiversidad, en el lavado de prendas, las microfibras que se desechan acaban en ríos y mares que pueden afectar la capacidad respiratoria y reproductiva de los peces.

2.1.5.4 Cultura

En esta dimensión, Flores (2020) se debe tomar en cuenta un buen manejo de las normas o leyes que tiene cada país, porque una mala información puede provocar una mejora o pérdida de los avances en materia de sostenibilidad en la industria. Además, es importante conocer los métodos de producción en la conceptualización de la moda. Lara (2018), es relevante el conocimiento de diversas herramientas que nos sirva para una mejor creación del producto.

2.1.5.5 Estética

Por último, Flores (2020) la dimensión estética se puede medir por tres variables: durabilidad del producto, atracción constante y atemporalidad. Por tal motivo, es muy importante seguir ciertos indicadores para la elaboración de un producto, por ejemplo, los insumos utilizados para la elaboración de la prenda. Cada detalle, como la elección de cada color, punto del tejido y tipo de fibra natural en la empresa Wisqa es seleccionada cuidadosamente para crear una prenda especial, la mejor calidad, atemporal y única. (Scapa, 2020).

Tabla 1

Variables específicas del modelo de las cinco dimensiones aplicadas a la etapa de diseño de producto.

Social	Equidad: Pobreza, Igualdad de Género e Inclusión Social. Educación: Nivel de educación de la población Housing: Condiciones laborales y de vida Población: Variación del índice poblacional Salud: Expectativa de vida (enfermedades crónicas)
Economía	Estructura económica: Desempeño económico de la organización, Nivel de ventas e intercambio comercial en el sector, Estado financiero. Consumo y patrones de producción: Consumo de materiales, Uso de energía, Generación y manejo de residuos y merma y transporte.
Ambiente	Atmósfera: Cambio climático, Calidad del aire, agotamiento del soporte de la capa de ozono. Tierra: Agricultura y bosques.

	<p>Agua: Calidad y cantidad.</p> <p>Biodiversidad: Ecosistema y especies</p>
Cultura	<p>Diseño: Diferenciación cultural de los diseños y conceptos</p> <p>Normas: normativa legal en cada país sobre moda sostenible</p>
Estética	<p>Durabilidad, atracción constante y atemporalidad</p>

Fuente: Flores (2020)

CAPÍTULO III

3. Moda sostenible en el Perú

Ahora, se abordarán las temáticas principales del entorno que se relacionan con el fenómeno de la moda sostenible en el Perú. Resulta necesario mencionar que la moda sostenible en el Perú se encuentra en proceso de crecimiento, ya que lleva alrededor de 10 años en el sector.

3.1. ¿Cómo impacta en el Perú?

3.1.1. Aspectos económicos

Durante los años 2017 y 2019 la venta de prendas y productos confeccionados con materiales ecológicos y sostenibles se quintuplicó, sin embargo, las empresas han continuado promoviendo nuevos estándares industriales que ayuden a marcas y minoristas a usar más fibras y materiales ecológicos.

El Desafío de Algodón Sostenible 2025, por ejemplo, emplaza a los fabricantes a obtener el 100% de su algodón de fuentes más sostenibles para ese año. Entre los miembros de esta organización se encuentran empresas como Inditex, H&M, Amazon, Adidas, Nike,

Puma, New Balance, Asos, Benetton o Lacoste, y su objetivo es reducir un 45% las emisiones de CO2 derivadas de la producción a finales de la década.

Según Fages, el reto actual es el eco diseño de la prenda, es decir, cómo desarrollar el producto para extender su vida útil y favorecer su posterior reciclado. Optimizar el reciclaje reduciría las consecuencias contaminantes de la industria, esto favorece a consolidar la economía circular en el sector, por ejemplo, con la recogida selectiva de textiles, a la que obligará la Unión Europea en 2025. Por otro lado, para García Torres, este es “uno de los objetivos prioritarios” y esto, según la experta, abre nuevas oportunidades de negocio “sostenibles y rentables”. Se trata de que la sostenibilidad del sector sea, además de un objetivo ético, un buen negocio para fomentar su auge.

- Favorece e incrementa la producción globalizada.
- Determina una eficiencia de recursos sobre rendimiento económico.
- Genera una rentabilidad económica sobre RR/HH y Recursos ambientales.
- Se elimina el negativo Uso/Desecho de los productos y se le brinda la oportunidad de reúso. Por lo que se da una elevada y constante rotación de producto.
- Prioriza la calidad y perduración de vida sobre la alta rentabilidad a corto plazo.
- Revalorización del producto y trabajo artesanal y repotenciación de las economías locales.
- Medir la oferta-demanda: pausar tiempos y volumen productivo. Reemplazar producto por servicio.

3.1.2. Aspectos normativos

El 24 de noviembre del 2020, se publicó en el Perú la Ley No. 31072 sobre las empresas B o BIC (empresas de Beneficio e Interés Colectivo) estas empresas consisten en que las sociedades no solo deben rescatar el aspecto económico, sino que también deben

orientarse hacia un propósito social y/o ambiental. Asimismo esta Ley ánima que las empresas o emprendimiento ya constituidos o por constituirse incluyan en su artículo de objeto social un propósito social y/o ambiental, debiendo los directores o administradores velar por la realización de las actividades para su cumplimiento así como contratar a una empresa tercera certificadora que acredite la realización de dichas actividades sostenibles las cuales conjuntamente con la aprobación de los resultados económicos del ejercicio anterior se publicarán en el portal web de la sociedad u en otro medio de comunicación a manera de información para sus consumidores (transparencia).

Con la nueva Ley No. 31072, el gobierno peruano, y el apoyo de la Cámara de Comercio de Lima se han formado distintas empresas que vienen promoviendo la moda sostenible, modificando sus estatutos con un propósito social y ambiental

3.1.3. Aspectos sociales

Según la AMSP (2019) y Minaya (2018), el perfil del consumidor peruano de moda se divide en dos grupos. Por un lado, están los consumidores distantes de los impactos sociales y ambientales que generan los productos adquiridos, pero que tienen aproximaciones iniciales sobre su responsabilidad. Por otro lado, están los consumidores detectives que reconocen y ejercen su papel de compradores responsables mediante una constante información sobre el producto que adquieren, así como sobre la cadena de producción que conlleva tener ese producto final en sus manos.

Para Ferreira (2015), este segundo grupo de consumidores ocupa un papel clave para precisamente promover el consumo y producción responsable. Este tipo de consumidores contribuyen a que se genere un entorno de sostenibilidad dentro de la moda, por lo que las empresas de moda sostenible responden a esas exigencias mediante cuatro características sostenibles en su cadena productiva: utilización de materiales naturales, inclusión social de

los menos beneficiados, priorización de la producción local y relevancia del trabajo artesanal de las comunidades.

Además, estas organizaciones realizan actividades productivas específicas como la producción de materia prima natural, fabricación de tintes a partir de plantas e insectos, teñido de las fibras, hilos y prendas, tejido de las telas, confección y tratamiento de los residuos. Es decir, integran la sostenibilidad a lo largo de cada una de las actividades de la cadena de valor.

La tendencia sostenible dentro de la moda también ha influenciado en los centros de enseñanza de moda del país, los cuales han incluido cursos de moda sostenible en sus mallas curriculares. Como muestra de ello se encuentra el Centro de Altos Estudios de Moda (CEAM), el cual incluye cinco cursos relacionados a la moda sostenible. Chio Lecca Fashion School también incluye un curso vinculado a la sostenibilidad y la moda. Por último, MAD Escuela de Diseño también cuenta con un curso vinculado a la sostenibilidad.

Morales et al. (2018) indican que las mujeres son más proclives a incurrir en una compra de moda sostenible que los hombres, con 70% en el primer caso y 30% en el segundo. Es más, con respecto a la concreción de la compra de moda sostenible se halló que el 61.82% de compradores sostenible son mujeres frente a un 38.18% de hombres.

Talavera y Schmitt (2019) mencionan que una labor que, actualmente, se torna cada vez más importante es la necesidad de que una empresa fomente y tenga hábitos sostenibles que partan de la lógica que cimienta su propuesta del negocio. Ellos afirman que “Hay mucho para cambiar la mentalidad del consumidor (...) intentar que el slow fashion deje de ser un comportamiento de nicho” (p.1). Ello obedece a un deber o compromiso por parte de las organizaciones en cambiar los modos de consumo mediante un aleccionamiento de nuevas formas de compra y consumo.

Este hecho posee incluso una mayor relevancia, ya que, según Talavera y Schmitt (2019), así como Manzano (2014), las empresas social y ambientalmente responsables no cuentan con una estrategia de comunicación clara para poder educar a los consumidores con respecto a los hábitos sostenibles. Es más, la situación se torna más difícil, ya que los emprendimientos de moda sostenible no cuentan con las mismas facilidades dentro del umbral o funcionamiento económico actual en el que predominan las empresas grandes. Es preciso recalcar que esta realidad no solo es una tendencia específica en Perú, sino que es una característica mundial de este tipo de organizaciones.

Marca Perú

De acuerdo con Marca Perú (2016), en colaboración con National Geographic Channel, un elemento trascendental, que es uno de los pilares de la moda sostenible, es lo artesanal de la producción. Este elemento recoge la tradición y valoración de las técnicas de producción y confección ancestrales de las comunidades. De ellas se recoge la virtud y talento con las manos y se adquieren los materiales e insumos para producir. Las comunidades no ocupan un papel menor dentro de la cadena de valor, sino que, por el contrario, poseen un papel preponderante y decisivo para promover una verdadera sostenibilidad. Con respecto a ello “una prenda producida [en Perú] pasa por 120 manos para llegar a ser un producto final”, asevera Bragagnini (2019).

Este espíritu de tradición que parte con la inclusión de las comunidades y la mano de obra artesanal sirve de inspiración para los diseñadores de los productos. Este elemento, antes explicado, es muy valorado por los principales mercados meta de los productos de moda sostenible.

3.1.4. Aspectos tecnológicos y ambientales

La tecnología ocupa un papel protagónico para frenar los impactos que se generan dentro de la cadena de producción de la moda, por lo que su complementariedad resulta ser muy importante para la promoción de la sostenibilidad en el sector. Tinoco, Guevara y Rosales (2009) sostienen que la inclusión de la tecnología contribuye a la generación de procesos biotecnológicos que minimicen los impactos negativos de las actividades productivas dentro de la moda sostenible. Es decir, propicia que el sector sea cada vez más sostenible social y ambientalmente, en la medida que no se generan impactos negativos en el ecosistema ni en los recursos naturales y, por lo tanto, se evita una afectación a la calidad de vida de las personas.

Sin embargo, en el Perú, de acuerdo con Bragagnini (2019) y Muñoz (2019), hay un bajo nivel de aplicación y desarrollo de tecnología dentro de los procesos productivos. Uno de los limitantes que frena la innovación es la escasa creatividad y paciencia para pensar en nuestras propias necesidades en el futuro. No obstante, según Ferreira (2015), frente a esto es posible aplicar la innovación en el sentido de hacer las cosas de otra manera. Es decir, se requiere optar por alternativas en cuanto a la utilización de recursos, al uso de la energía, agua, etc., a partir de pequeñas acciones que conlleven a cambios de cultura y costumbres que fomenten de manera progresiva la sostenibilidad en los procesos de producción. Por ejemplo, ello implica la utilización de materiales reciclados en la oficina, reutilización de materiales, etc.

Este empleo de la tecnología en los procesos productivos de las empresas de moda sostenible es un elemento clave para la sostenibilidad, ya que, para Mirva Trujillo (2019), fundadora de la Asociación de Moda Sostenible del Perú, permitirá aprovechar las fibras naturales, la mano de obra especializada artesanal, etc. En el Perú, esto tiene un papel central,

ya que nuestra riqueza natural torna imperativo tener una adecuada utilización de los recursos naturales para evitar su depredación. El entendimiento que se tiene sobre la tecnología en las organizaciones implica generar mejoras de los procesos actuales mediante la utilización de tecnologías que promuevan la eficiencia y el uso responsable de insumos.

La principal limitante, en cuanto a la aplicación de las tecnologías, es de corte económico, ya que las organizaciones de moda sostenible no cuentan con los fondos necesarios para un alto nivel de inversión. Pese a ello, hay tecnologías relacionadas con sistemas de información, diseño eco, técnicas de reciclaje y reutilización, etc.

Los recursos naturales y animales que se podrían estar poniendo en riesgo, si no se adopta un enfoque de mejora continua de procesos o se aplican tecnologías limpias en la cadena de producción, incluyen la riqueza natural en términos de flora y fauna, lo cual eventualmente afectaría la calidad de las fibras que salen, por lo general, de los auquénidos y, por otro lado, de fuentes vegetales para el proceso de teñido.

Otro elemento para considerar, según Bragagnini (2019), en esta relación entre ambiente y tecnología, es la posesión de certificados de sostenibilidad que permitan acreditar que se están empleando prácticas e, idealmente, tecnologías durante el proceso productivo que fomenten la sostenibilidad. No obstante, la AMSP afirma que “únicamente el 19% de las organizaciones tienen algún tipo de certificación relacionada con la sostenibilidad” (2016, p. 6).

3.2. Empresas con enfoque sostenible

3.2.1. Insecta

Insecta es una marca de mochilas y accesorios veganos que contribuyen al cuidado de los animales y la biodiversidad; inspirados en insectos amazónicos. Esta empresa trabaja con

materiales veganos, reciclables y de origen vegetal dado que en la actualidad en nuestro país se producen millones de productos hechos con cuero animal, produciendo desperdicios de más de 15 mil litros de agua por cada producto, muerte de millones de animales, así como daños sociales y medioambientales. Por lo que presenta una misión donde concientizan sobre el cuidado de los animales y la biodiversidad a través de los diversos diseños innovadores de mochilas y accesorios veganos, así generando empleo y oportunidad de desarrollo a familias del país.

Figura N° 1: Insecta



Fuente: Insecta (2021)

Utilizan el cuero vegetal de la piña (Piñatex) que es un textil natural hecho de fibras de hojas de piña. Las hojas son el subproducto de la agricultura existente, y su uso crea ingresos adicionales para las comunidades agrícolas.

Figura N° 2: Cuero vegetal de piña



Fuente: Insecta (2021)

También utilizan el cuero vegetal del árbol de Shiringa que es un textil hecho de látex natural, materia prima renovable que se extrae de los árboles sin necesidad de que estos sean talados ni dañados, y su uso aumenta los ingresos de comunidades nativas de la Amazonía, por lo que es un material ecológico y socialmente responsable.

Figura N° 3: Cuero vegetal del árbol de Shiringa



Fuente: Insecta (2021)

La empresa Insecta se enfoca en un comercio justo donde trabaja con una familia de artesanos peruanos de la provincia del Callao, generando oportunidades de trabajo para las familias.

La marca Insecta está aprobada por PETA, la Organización por los Derechos de los Animales más grande del mundo, y es parte de la Asociación de Moda Sostenible del Perú. Insecta trabaja junto a Endémica, proyecto de divulgación científica que nos provee de valiosa información de insectos endémicos de la Amazonía.

Figura N° 4: Desfile de los productos de Insecta



Fuente: Insecta (2021)

3.2.2. Anntarah

Anntarah es una empresa arequipeña, que presenta un compromiso con las mujeres peruanas artesanas poseedoras de antiguos conocimientos textiles. Utilizando la alpaca y el algodón orgánico son de las más finas del mundo.

Figura N° 5: Apoyo a las mujeres peruanas artesanas



Fuente: Anntarah (2022)

Utiliza la fibra de alpaca que proviene de los criadores de las alturas del Perú, convirtiéndose en el único sustento económico de 120 mil familias y siendo esta crianza su forma de vida y herencia milenaria la cual se ha transmitido a lo largo de los años y permitiéndonos directamente dar sustento y trabajo a 250 artesanos de la región. Por lo que las prendas que confecciona Anntarah son de fibras de alpaca cuyo proceso de esquila se ha mejorado, haciendo que sea amigable y sin causar daño al camélido.

Figura N° 6: Alpaca



Fuente: Anntarah (2022)

Según la empresa Anntarah:

Le encanta utilizar el algodón orgánico dado que se cultiva libre de sustancias tóxicas, sus semillas no son transgénicas y el agua empleada en su cultivo se gestiona de manera más eficiente. Por lo no sólo beneficia al medio ambiente, también favorece al desarrollo de pequeños agricultores, fomentando una economía más sostenible y circular. Al estar libre de residuos, por lo que las prendas son más suaves y transpirables, es hipoalergénica, apta para cualquier tipo de piel hasta la más sensible como la de los bebés y es más resistente y duradera debido a que no es sometida a tratamientos químicos agresivos.

Figura N° 7: Algodón



Fuente: Anntarah (2022)

Las fibras naturales que utiliza la empresa no solo aumenta la calidad de la prenda si no que resalta al aportar parte de la creación a cada una de las prendas con las que se elaboran.

Cada una de nuestras prendas confeccionadas cuenta con el respaldo de certificaciones internacionales de comercio justo, responsabilidad social y medio ambiente que garantizan la calidad total desde la elección de la materia prima hasta la entrega al consumidor final.

Figura N° 8: Prendas confeccionadas por Anntarah



Fuente: Anntarah (2022)

3.2.3. Eveja EcoFashion

Eveja EcoFashion (2022). Somos una empresa social de moda sostenible, con una visión de producción responsable e inclusiva que contribuye a la conservación de la biodiversidad, al cuidado de bosques y al desarrollo de familias y comunidades. Trabaja con artesanos, investigadores, ingenieros, biólogos, diseñadores y comunidades, desarrollando biomateriales para la moda, que sean sostenibles y de alta calidad.

Figura N° 9: Familias y comunidades nativas de la selva amazónica.



Fuente: Eveja EcoFashion (2022)

Eveja EcoFashion tiene como principios el uso adecuado de los recursos, la protección del medio ambiente y una política laboral justa. Tal empresa toma como referente a “Fast fashion”, sin embargo, ellos añaden la estética y la ética; junto con dos puntos muy importantes como parte de su plan de sostenibilidad. Aquellos puntos son: conservación de la amazonia e impacto social. Además, presenta algunos reconocimientos y premios, por ejemplo, Tic Americas 2018. Ganadores en la categoría Startup Challenge y Categoría mejor emprendimiento peruano, Premios Latinoamérica Verde 2017. Ganadores en la categoría “Producción y Consumo Responsable”, Innovate Perú. Finalista de “Mérito a la Innovación” 2017, etc.

Conservación de la amazonia: La amazonia es muy dañada por la tala o minería ilegal, tal motivo más importante es la pobreza que se vive en esa zona, la necesidad por generar ingresos y mejorar la calidad de vida lleva a la población a realizar una tala ilegal, la tala de bosques que se produce en la amazonia, para generar cultivos no sostenibles en suelos que no tienen características agrícolas afecta de manera considerable al medio ambiente. De la misma forma, lo mencionado anteriormente afecta a la población, porque se genera una

pérdida de oportunidades laborales, donde las personas toman malas decisiones llevando a una tala ilegal, explotación, narcotráfico, prostitución y violencia.

Por tal motivo, Eveja EcoFashion tiene como objetivos resolver aquellos problemas. En el aspecto del cuidado de la amazonia, Eveja desarrolla calzado sostenible con comunidades de la amazonia, los materiales usados y los procesos que realizan estas comunidades son favorables para el medio ambiente, porque no realizan la tala ilegal ni dañan algún animal. Estas comunidades trabajan recolectando látex del árbol y lo transforman en caucho.

Figura N° 10: Proceso artesanal para la extracción del látex.



Fuente: Eveja EcoFashion (2022)

Figura N° 11: Suelas para calzado



Fuente: Eveja EcoFashion (2022)

En el aspecto social, Eveja EcoFashion (2022) comenta que “En Eveja trabajamos bajo los principios de comercio justo de forma responsable, ética y transparente, buscando el desarrollo de las comunidades, generando una oportunidad de negocio rentable y respetuoso del medio ambiente.”

Figura N° 12: Producción y consumo responsable



Fuente: Eveja EcoFashion (2022)

Figura N° 13: Látex de shiringa



Fuente: Eveja EcoFashion (2022)

3.2.4. Wisqa

Wisqa es una empresa del rubro textil que usa como materia prima fibras naturales peruanas, todos los procesos realizados por dicha empresa, por ejemplo, procesos de creación, desde la obtención de la fibra, hasta la confección, son hechos en Perú. Wisqa tiene el objetivo de que la gente se sienta satisfecha con el trabajo de esta empresa, ofreciendo la mejor calidad, prendas únicas y atemporales.

Wisqa entre sus fibras naturales presenta:

El algodón orgánico nativo peruano: Está fibra resalta por tener la capacidad de poseer una gran variedad de colores naturales, por tal motivo, se puede realizar diversos diseños de manera sostenible.

Figura N° 14: Algodón orgánico nativo peruano



Fuente: Wisqa (2020)

El algodón orgánico pima peruano: Es catalogado como el mejor algodón en todo el mundo. El algodón orgánico pima se caracteriza por sus hilos finos, su alta resistencia e hilos uniformes por eso es tan buscado en el sector textil, porque asegura prendas de calidad y mayor duración.

Figura N° 15: Algodón orgánico pima peruano



Fuente: Wisqa (2020)

Alpaca peruana: Aquellos animales se caracterizan por su pelo muy fino, sedoso y resistente. Además, es elástico, no inflamable y su alta durabilidad y resistencia.

Figura N° 16: Alpaca peruana



Fuente: Wisqa (2020)

Baby alpaca peruana: Este tipo de lana es la más delicada, sedosa y brillante. Wisqa realiza el primer esquilado a los tres años de vida, su lana es de una de las mejores calidades, porque con el pasar del tiempo no pierde su forma y color.

Figura N° 17: Baby alpaca peruana



Fuente: Wisqa (2020)

CAPÍTULO IV

4. Experiencias eco amigables

4.1 Casos de éxito

4.1.1 Diseñador Carlos Quispe

Carlos Quispe es un joven diseñador de 30 años creador de Studiotirso que es una continuación de Revamp, la colección que el diseñador peruano presentó para la decimosegunda edición del concurso Flashmode, organizado por la Alianza Francesa y la Embajada de Francia en noviembre del 2017, aquella edición tuvo relación con la moda y el medio ambiente. El diseñador obtuvo el primer puesto del concurso que lo llevó a ganar una beca de estudios en el Instituto Francés de la Moda (París, Francia).

Figura N° 18: Carlos Quispe



Fuente: ElComercio (2019)

La colección de Carlos Quispe fue creada por retazos y residuos textiles recuperados de las diversas galerías que encontramos en el Emporio Comercial de Gamarra. Además, el joven diseñador es parte de este Emporio Comercial, por tal motivo, él se paseaba por cada galería y recogía los desechos de telas que a él le gustaban más y luego veía con qué telas trabajaría en su nueva colección. Según Villegas (2019), la idea de esta colección era de

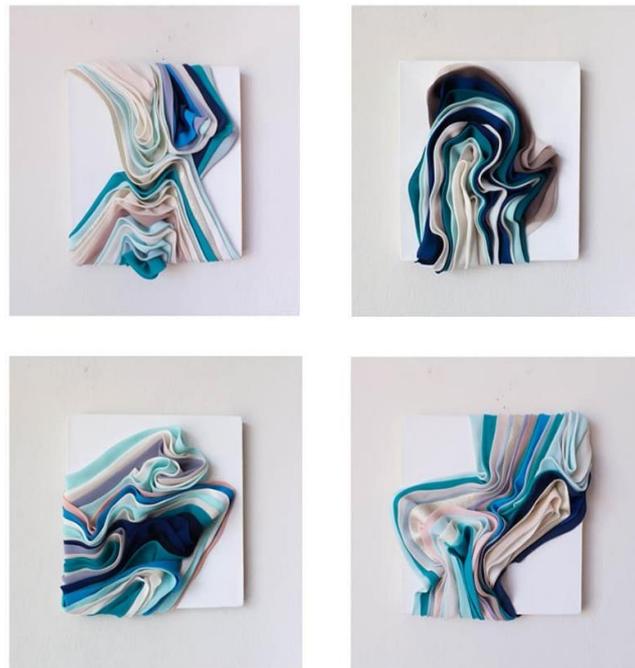
simular pinceladas con fragmentos de telas de distintas tonalidades, usando las técnicas de colocar la prenda en capa para un efecto voluminoso y realizar una especie de drapeado en forma circundante que refleja la idea de que “todo fluye”. El resultado fue la creación de diversas prendas de vestir con distintos colores. Por otro lado, Studiotirso es una de las pocas colecciones que se interesan en el tema de la moda sostenible y que tiene como objetivo el diseño consciente en búsqueda de salvar a nuestro planeta.

Figura N° 19: Drapeado en forma circundante



Fuente: Studiotirso (2019)

Figura N° 20: Prenda en capa para un efecto voluminoso



Fuente: Studiotirso (2019)

4.1.2 Diseñador Diego Flores

Diego Flores es un talentoso peruano, lleno de ideas nueva y creatividad, él se graduó en 2012 en la Escuela de Moda y Diseño (MAD), y tiempo más tarde fue ganador de una beca integral de estudios en el Instituto Europeo de Diseño en Italia, una pasantía en China, un pasaje a Italia y a una diplomatura en desarrollo de marca en la Pontificia Universidad Católica del Perú. No cabe duda de que su talento y creatividad lo ha llevado a obtener los conocimientos de todo el mundo y a posicionarse entre uno de los mejores diseñadores del Perú.

Figura N° 21: Diego Flores



Fuente: Moda Peru (2019)

En el 2019 fue ganador del premio otorgado en el gran evento “Perú Moda 2019”, en la categoría “Jóvenes Creadores al Mundo”, con su colección creada bajo el concepto del 'zero-waste', es decir, utilizar al máximo cada corte de tela para reducir la cantidad de desechos.

La colección presentada en este concurso la tituló Reimagina, y según Flores “Está básicamente inspirada en el repensar los procesos que ya existen, en hacer las prendas mucho más utilitarias y a la vez poder reparar las cosas, en vez de simplemente tirarlas”

Figura N° 22: Premio otorgado en el gran evento “Perú Moda 2019”



Fuente: Portal Ambiental (2019)

"El cliente piensa que las prendas con diseño sostenible son caras, pero cuando conocen el proceso de elaboración y el trasfondo del desarrollo de cada colección, generan un vínculo vendedor-comprador que potencia esta rama del diseño. De esa manera, se convierte en rentable sin dejar de lado el fin primordial: crear conciencia", asegura Flores.

4.2. Entrevista

4.2.1 Myriam Laroche

Myriam Laroche presidenta de Eco Fashion Week, quien participó en el conversatorio sobre la moda sostenible y Bosques del Perú. Realizó una entrevista sobre la moda sostenible donde menciona que: “La moda sostenible se ha desarrollado de una manera durante mucho tiempo, que, si pensamos en el trabajo artesanal que se ha venido haciendo de manera tradicional, que se le puede denominar perfectamente moda sostenible”.

Figura N° 23: Myriam Laroche



Fuente: Efecto Responsable (2022)

Dado que durante su recorrido por el Perú por 6 días Laroche menciona en la entrevista que uno de sus puntos fuertes de Perú es que crea sus productos a partir de sus recursos naturales. Llegó a visitar una comunidad Shipibo observando que utilizan tintes naturales del bosque amazónico y así poder teñir las telas. También llegó a conocer al creador de la marca Eveja, donde utilizan látex natural para producir las suelas de sus zapatos.

Laroche menciona que: “La industria de la indumentaria es la segunda más contaminante del planeta porque usa una gran cantidad de agua, energía, productos químicos y crea toneladas de desechos”. Por lo que reducir estos recursos se estaría realizando hacia una forma sostenible lo cual se convierte en una forma de seguirlo.

Figura N° 24: Conversatorio sobre la moda sostenible



Fuente: Efecto Responsable (2022)

Durante la entrevista a Laroche le preguntan sobre ¿Cómo podemos asegurarnos de que la prenda que compramos sea totalmente sostenible?

Ella menciona que:

No hay muchas prendas totalmente sostenibles, por lo que cada uno tiene que encontrar su “receta ecológica” basada en los recursos propios y en sus valores. Si reducir los desechos textiles es importante para uno, entonces puede comprar ropa de segunda mano (2022).

CONCLUSIONES

El objetivo general del presente trabajo busca analizar la gestión de las empresas de moda sostenible en el Perú bajo los modelos de sostenibilidad, la moda sostenible en el Perú con el pasar de los años presenta un crecimiento favorable, sin embargo, la moda sostenible no se da por completo en todas las empresas de la industria textil. Por ejemplo, se identificaron algunas empresas que toman en consideración este tema y presentan un enfoque sostenible como son los casos de Alpacolca, Anntarah, Eveja EcoFashion y Wisqa, aquellas empresas presentan como objetivo en común el cuidado del medio ambiente. Por otro lado, se identificaron diseñadores peruanos que apuestan por el enfoque sostenible, creando sus colecciones a partir de recursos naturales. Entonces podemos decir que en el Perú se está presentando un incremento en la toma de conciencia por parte de empresas y diseñadores peruanos a la hora de crear su producto.

El primer objetivo específico se propuso examinar la moda sostenible en nuestro país, analizando tanto los aspectos económicos, normativos, sociales; además, tecnológicos y ambientales. Se tomaron en cuenta distintos impactos: económico, normativo, sociales, tecnológicos y ambientales. Estos impactos fueron sumando a la sostenibilidad del Perú en algunos casos de manera favorable, por ejemplo, en lo normativo con la creación de algunas leyes que ayudaron a una mejora en la sostenibilidad. Por otro lado, el trabajo permitió analizar el impacto de los modelos de sostenibilidad y a partir de eso reconocer el mejor modelo para una mayor sostenibilidad en esta industria.

En el segundo objetivo específico se planteó evaluar los modelos de sostenibilidad aplicables al sector de moda sostenible. Por tal motivo se examinaron los dos modelos que consideramos los más importantes: modelo del Triple Bottom Line y modelo de la sostenibilidad en la producción. Donde el primer modelo mencionado sería la mejor opción,

porque toma en cuenta el factor económico, social y ambiental que son muy importante para una sostenibilidad empresarial.

El tercer objetivo específico se orienta a describir las variables de las cinco dimensiones aplicadas en la etapa de diseño de producto. Las cinco dimensiones mencionadas en el trabajo son: social, economía, ambiente, cultura y estética. Cada dimensión presenta un papel fundamental en la etapa del diseño del producto. Por ejemplo, en el aspecto social se centra más en el bienestar del trabajador; en el aspecto ambiental, tiene relación al cuidado de la biodiversidad; en el aspecto económico, tiene relación con los ingresos que generan las empresas en el sector textil, etc. Sin embargo, la etapa cultural y estética cumple un rol muy importante en aquel producto.

RECOMENDACIONES

- Dar un segundo uso a las prendas o crear nuevas prendas de vestir a partir de los que ya no serán utilizados.
- La prenda que se compre evaluar si está realizado con textiles sostenibles, que ayuden a una mejora al medio ambiente; por lo no compre por comprar ser mas consiente del producto que se quiere adquirir

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación de Moda Sostenible. (29 de mayo de 2019). *Moda Sostenible Perú en Movistar Plus* [Archivo de Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=gr0Ot0xcYzw>
- Bragagnini, R. (15 de noviembre de 2019). *Diálogo Textil en Expotextil 2019*. [Archivo de Video]. Entrevista de Expotextil. Lima: Centro de Exposiciones Jockey <https://www.youtube.com/watch?v=rXAXIZUxMDI>
- Cabrera, V. M., & Paredes, D. M. (2018). Modelo de Evaluación de Sostenibilidad para el Sistema Nacional de Inversión Pública del Perú. [título de Licenciado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12527>
- Consumotic (2019). Industria de la moda ¿un medio para la inclusión social? <https://consumotic.mx/opinion/industria-de-la-moda-un-medio-para-la-inclusion-social/>
- ElComercio (2019). Carlos Quispe, el diseñador que crea sus piezas a partir de retazos de tela de Gamarra. <https://elcomercio.pe/somos/historias/carlos-quispe-disenador-crea-piezas-partir-retazos-tela-gamarra-noticia-626811-noticia/?ref=ecr>
- Evea Eco Fashion (2022). Sostenibilidad, moda y bosques. <https://evea-ecofashion.com/es/sostenibilidad-moda-y-bosques/>
- Fasson, A. (2021) La sombra de la industria de la moda, textil y fashion retail. <https://revistas.unne.edu.ar/index.php/rfce/article/viewFile/5655/5358>
- Ferreira, M. (2015). Moda sostenible, presente y ¿futuro?: un estudio de casos. [Tesis de bachiller, Universidad Pontificia Comillas]. <https://docplayer.es/138018064-Propuesta-estrategica-de-comunicacion-para-la-empresa-textil-kuyu-ecotextil.html>

- Gómez, T., Guevara, R., & Rosales López, L. (2009). Perspectivas de la moda sostenible en el Perú. *Industrial Data*, vol (12) (pp. 68–72).
<https://www.redalyc.org/pdf/816/81620150009.pdf>
- Hellen, V. (2022, August 4). *ENTREVISTA A MYRIAN LAROCHE: LA MODA SOSTENIBLE – Efecto Responsable. Y Sostenibilidad.*
<https://efectoresponsable.pe/entrevista-myrian-larocche-la-moda-sostenible/>
https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v12_n2/pdf/a09v12n2.pdf
- Marca Perú. (29 de septiembre de 2016). Perú dedicado a los textiles [Archivo de Vídeo].
<https://www.youtube.com/watch?v=xewd-EkNRps&t=442s>
- Minaya, M. (2018). Propuesta estratégica de comunicación para la empresa textil “Kuyu Ecotextil” [Tesis de licenciatura, Universidad de Lima].
<https://docplayer.es/138018064-Propuesta-estrategica-de-comunicacion-para-la-empresa-textil-kuyu-ecotextil.html>
- Ranaip (2019) Moda sostenible, una segunda vida para los residuos de plásticos.<https://www.anaip.es/blog-del-plastico/noticias-del-blog/584-moda-sostenible-una-segunda-vida-para-los-residuos-plasticos.html>
- Talavera, K & Schmitt, V. (julio, 2019). Impacto del Marketing Sostenible en el comportamiento de consumidor de moda en Lima Metropolitana. Trabajo presentado en 3er Congreso Internacional de Docentes e Investigadores en Responsabilidad Social y Contribución al Desarrollo Sostenible en Latinoamérica, Lima, Perú.
https://www.researchgate.net/publication/335568940_Impacto_del_Marketing_Sostenible_en_el_comportamiento_de_consumidor_de_moda_en

Talavera, K & Schmitt, V. (julio, 2019). Impacto del Marketing Sostenible en el comportamiento de consumidor de moda en Lima Metropolitana. Trabajo presentado en 3er Congreso Internacional de Docentes e Investigadores en Responsabilidad Social y Contribución al Desarrollo Sostenible en Latinoamérica, Lima Perú. Editorial OECD,

https://www.researchgate.net/publication/335568940_Impacto_del_Marketing_Sostenible_en_el_comportamiento_de_consumidor_de_moda_en

Tinoco, O. Ruez, L & Rosales, P. (2009). Perspectivas de la moda sostenible en el Perú. Producción y Gestión. Vol. 12(2), pág.69.

Trujillo, M. (15 de noviembre de 2019). *Diálogo Textil en Expotextil 2019*. [Archivo de Video]. Entrevista de Expotextil. Lima: Centro de Exposiciones Jockey. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rXAXIZUxMDI>

Wisqa (2020). Mundo Wisqa. <https://www.wisqaperu.com.pe/mundo-wisqa/>

Xicota, E (2021). El impacto de la industria de la moda en la pérdida de la biodiversidad. <https://www.esterxicota.com/impacto-perdida-biodiversidad/>