

IMF Business School organiza una mesa sobre los retos que afronta la moda en materia de sostenibilidad

Esta fue una de las conclusiones que Carol Blázquez, Head of Innovation & Sustainability de ECOALF, lanzó durante la mesa organizada ayer por IMF Business School sobre 'Retos que afronta la moda creatividad vs compromiso social'

Moda ética, slow fashion o ecodiseño, diferentes términos para hacer referencia a una misma realidad que se ha convertido en tendencia: la moda sostenible. Pero ¿son los consumidores realmente conscientes del impacto ambiental que tiene su ropa? Esa información no aparece en las etiquetas y las tiendas no suelen tener datos al respecto. Sin embargo, la fabricación y el transporte de artículos que llenan nuestro armario lanzan grandes cantidades de CO2 a la naturaleza sin que los compradores seamos informados de ello. Por ejemplo, los vaqueros (32,3kg CO2) o las camisetas de algodón (10,75kg CO2).

Ésta y otras cuestiones se analizaron ayer durante la mesa-debate 'Retos que afronta la moda creatividad vs compromiso social' organizada por IMF Business School con el objetivo de situar el foco de atención en una de las industrias más contaminantes del planeta. Un acto moderado por Ton Pernas, director del MBA de moda de la propia escuela y que estuvo protagonizada por profesionales del sector como: Carol Blázquez, Head of Innovation & Sustainability de ECOALF; Brenda Chávez, periodista especializada en sostenibilidad y cultura; Laura Sánchez, modelo y directora de Go Eventos, y Delia García, CSR and Sustainability Manager El Corte Inglés.

Fue ésta última la encargada de comenzar el debate y lo hizo poniendo el foco en el papel de las compañías. "Las empresas dedicadas al comercio de la moda deben actuar como escaparate de ropa sostenible, además de potenciar la generación y diseño de productos con estos atributos", afirmó Delia García.

Para Carol Blázquez, innovación y sostenibilidad deben ir de la mano: "Después del petróleo, la moda es lo que más contamina. Por eso, debemos trabajar en crear y diseñar productos de la misma calidad, pero contaminando menos con el objetivo de ser más respetuosos con el planeta, porque no hay un planeta B". Ella misma aseguró "si no digo que mi sudadera está hecha de basura, nunca lo hubierais imaginado".

Durante la mesa los ponentes también reflexionaron sobre la predisposición de los jóvenes por cuidar del medioambiente. "Tenemos que ser conscientes de que, en España, la moda sostenible no tiene las colas que podemos encontrar en el Primark, pero sí que vemos cada vez más en los millennials la preocupación por lo que hay detrás de su ropa y por preservar la naturaleza", comentó Brenda Chávez. "El 73% de los españoles ya ha realizado compras éticas. Es una tendencia que está aquí, que vendrá y se quedará. El consumidor está en continua evolución" dijo. A lo que la portavoz de El Corte Inglés añadió: "Vemos cómo está creciendo la conciencia social, pero aún no se refleja tanto

en un crecimiento del consumo responsable".

Otro de los temas de debate planteados por el moderador fue el excedente de producción. De hecho, aseguró que "el 30% de la producción que se fabrica, no se vende". Afirmación que Laura Sánchez compartió y con la que admitió la parte de culpa de todos ellos. "El exceso de stock es un problema. Por muy pequeña o grande contribuimos con la insostenibilidad".

Coherencia y compromiso fueron destacados por los ponentes. Además, de la necesidad de sensibilizar y educar a todos los niveles, desde consumidores y empresas hasta marketing, de la compra que está haciendo y de los riesgos de no hacerlo de forma responsable. "A mediados de cada año se agotan el 100% de los recursos que el plantea nos puede dar, lo que provocará escases de agua. Se habla de que para 2030 un 30% de la población no podrá acceder a agua potable, pero nadie nos lo cuenta", explicó la portavoz de ECOALF.

El consumismo fue otro de los puntos clave en el debate. La periodista especializada en moda reconoció: "Culpar al consumidor es muy fácil, pero yo me siento responsable de crear ese consumismo como escritora de moda y del daño de los must have. Hemos llegado a un punto en el que tiramos las prensas con una media de 6 usos". Delia García alertó de que "no podemos ni imaginar la cantidad de ropa con etiqueta que acaba en entidades sociales o vertederos".

Para terminar, los ponentes coincidieron en que más allá de las buenas intenciones por las empresas, ya es hora de que las instituciones tomen partido y pongan freno antes de que sea demasiado tarde. "A los 2 años de crear mi marca quise hacer una colección con algodón orgánico, pero el coste se elevaba tanto que fue imposible. Sin embargo, lo peor es que nadie nos ayuda, las instituciones tienen que empezar a hacer algo en este aspecto". Con lo que Brenda Chávez finalizó diciendo: "No olvidemos que cuando hablamos de sostenibilidad, nos referimos a social, económico y medioambiental, si alguno falla no podemos hablar de un producto sostenible. Aun así, creo que es un reto posible".

Datos de contacto:

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Moda Ecológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>