



MODA SOSTENIBLE

AMSP

Mirva Trujillo

Mirva.trujillo@amsperu.com

11 de mayo de 2016
Lima, Perú



Somos la AMSP, una organización sin fines de lucro formada por cuatro mujeres profesionales y emprendedoras en mayo 2015. La AMSP surge con el objetivo de fomentar, difundir y posicionar la Moda Sostenible entre emprendedores, diseñadores, empresas, organizaciones, Estado, proyectos del sector textil/confecciones y moda, y la sociedad en general. Creemos que la práctica de principios de sostenibilidad en el sector textil/confecciones y moda es un proceso de mejora continua que contribuirá al desarrollo del sector y del país, de manera viable, justa y beneficiosa, basado en tres aspectos: económico, social y ambiental.

MISIÓN

Fortalecer el sector de la moda sostenible del país, enlazando todos los actores de la cadena de valor de las empresas del sector textil/confecciones y moda para posicionarlo como un modelo de cambio en la industria y una filosofía para los consumidores.

VISIÓN

Vivir en un país donde todos los peruanos consumamos productos textiles y de moda rentables, amigables con el ambiente y respetuosos con los derechos y la dignidad de las personas.

OBJETIVOS



Buscamos ser el referente de la moda sostenible en el Perú, actuando como eje de conexión y articulación para el sector moda, espacio donde compartir experiencias, generar información, capacitación y apoyo técnico para empresas y proyectos que buscan trabajar en pro del sector textil/confecciones y de moda innovadora y sostenible.

ARTICULAR

- Articular al sector textil/confecciones y moda sostenible en un espacio creativo, innovador y de trabajo mutuo.
- Crear conciencia entre los integrantes del sector textil/confecciones y moda sobre la importancia de la sostenibilidad en sus procesos de producción.
- Desarrollar investigación y conocimiento del sector.

VISIBILIZAR

- Difundir y promover la importancia de la moda sostenible del sector a la sociedad en general, a través de eventos, espacios de networking, ruedas de negocios, entre otras actividades.
- Generar oportunidades de negocio entre las empresas y todos los actores involucrados en moda sostenible.

FORTALECER

- Reconocer casos que actualmente estén aplicando prácticas de sostenibilidad en sus modelos de negocios.
- Realizar publicaciones que aporten al entendimiento y desarrollo de la moda sostenible.
- Realizar consultorías y capacitaciones al sector textil/confecciones y moda sostenible.
- Educar, capacitar y orientar al sector textil/confecciones y moda sostenible.

FUNDADORAS

La Asociación de Moda Sostenible del Perú ha sido creada por 4 co-fundadoras:



MIRVA TRUJILLO



Administradora de Negocios por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Empresaria exportadora de productos textiles y productos frescos para el mercado europeo, americano y mercado asiático, con amplia experiencia en desarrollo de producto artesanal con calidad de exportación, conocimientos de tratados de libre comercio, certificados de origen y comercio justo. Experta en desarrollo de Proyectos de Responsabilidad Social.

Correo electrónico: mirva.trujillo@amsperu.org



ORNELLA PAZ



Licenciada en Ciencias de la Comunicación con 5 años de experiencia en Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas y Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Mentora en la ONG Yunta, organización que brinda sesiones de mentoring grupal a niños en situación vulnerable. Asesora de imagen & personal shopper. Lideró durante 3 años la gerencia de Comunicaciones de Perú 2021, máxima organización en el país que promueve la RSE.

Correo electrónico: ornella.paz@amsperu.org

FUNDADORAS



ESTER XICOTA 

Especialista en innovación y sostenibilidad. Ha realizado consultorías y proyectos de sostenibilidad para multitud de organizaciones públicas y privadas. Actualmente es directora ejecutiva de CloudMedia, profesora de Gestión Ambiental Empresarial en la Universidad Ruiz de Montoya, y miembro del Grupo Promotor de Sistema B en el Perú.

Correo electrónico: ester.xicota@amsperu.org



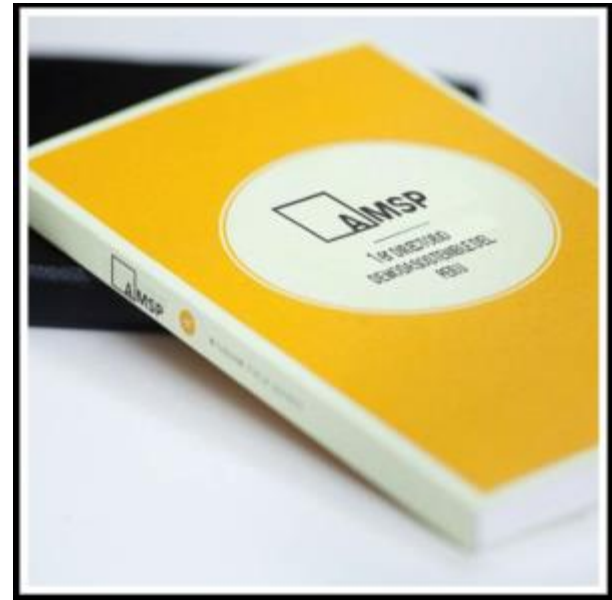
YURAC FIEDLER 

Arquitecta y urbanista por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Colaboró tres años para estudios de arquitectura, Llona-Zamora Arquitectos, Costa-Herrera Arquitectos y Figari Arquitectos. Diseñadora de la marca moda sostenible QAYTU y emprendedora de proyectos textiles.

Correo electrónico: yurac.fiedler@amsperu.org

DIRECTORIO DE MODA SOSTENIBLE

La principal barrera a la hora de iniciarse en la moda sostenible es la falta de información de referencia fiable y fácil de acceder sobre los diferentes proveedores y actores de la cadena de valor que tengan buenas prácticas ambientales, sociales y de gobernanza del sector.



MODA SOSTENIBLE

¿QUÉ ES LA MODA SOSTENIBLE?



Materiales sostenibles

Algodón orgánico, fibras naturales...
¡Reduce el impacto ambiental!



Producción sostenible

Procesos que limitan el exceso de recursos y la contaminación.



Productos reciclados

¿Porque no dar un segundo uso a materiales antes desechados?



Producción local / KM 0

Nuestras marcas son artesanos que producen en pequeños talleres locales.



Integración social

Moda para la integración laboral y social de personas en riesgo de exclusión.



Comercio justo

Marcas transparentes y respetuosas que buscan la igualdad en el comercio internacional.

PRODUCTOS: ROPA, ZAPATOS Y ACCESORIOS



DISEÑO



QUE MATERIALES USAR?



Cotton



Recycled wool



Organic leather



Organic linen



Organic hemp



Organic silk



FSC Natural rubber



Recycled polyester & polyamide



Recycled plastic

MANO DE OBRA



COMERCIO JUSTO



Los criterios del Comercio Justo

- Salarios y condiciones de trabajo dignos.
- No a la explotación infantil.
- Igualdad entre hombres y mujeres.
- Funcionamiento democrático de las organizaciones de productores.
- Relación comercial a largo plazo.
- Pago al productor de una parte del precio por adelantado.
- Los productores destinan parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades.
- Respeto por el medio ambiente.
- Productos de calidad.
- Información a los consumidores y consumidoras.

Setem

NUESTROS COLABORADORES

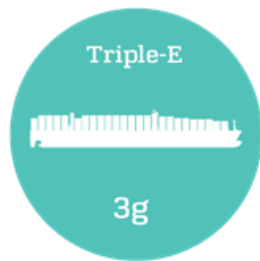


Slow Fashion Movement



PLANEAR EL TRANSPORTE

Grams of CO₂ emitted by transporting
1 tonne of goods 1km



ALMACENAJE



EMPAQUETADO DE LOS PRODUCTOS



COMERCIALIZACION



USAR, REUTILIZAR

3 R



REDUCIR

REUTILIZAR

RECICLAR



Creative Ideas on FB



REPARAR



REHACER



RECICLAJE DEL PRODUCTO



MODA SOSTENIBLE Y EL MEDIO AMBIENTE INFORMA E INSPIRA A DISEÑADORES; INDUSTRIALES Y CONSUMIDORES SOBRE MODA CONSCIENTE Y SOSTENIBLE, QUE ARMONIZA LA BELLEZA Y EL MEDIOAMBIENTE.



CADENA DE VALOR

MODA SOSTENIBLE puede definirse como ropa, zapatos y accesorios que se fabrican, comercializan y utilizan de la manera más sostenible posible, teniendo en cuenta tanto los aspectos ambientales y socio-económico. En la práctica, esto implica un trabajo continuo para mejorar todas las etapas del ciclo de vida del producto, desde el diseño, la producción de materias primas, fabricación, transporte, almacenamiento, comercialización y venta final, utilizar, reutilizar, reparar, rehacer y el reciclaje del producto y su componentes.

Desde una perspectiva ambiental, el objetivo debe ser reducir al mínimo cualquier efecto medioambiental no deseado del ciclo de vida del producto por:

(A) garantizar un uso eficiente y responsable de los recursos naturales (agua, energía, tierra, suelo, animales, plantas, la biodiversidad, los ecosistemas, etc.

(B) la selección de las fuentes de energía renovables (eólica, solar, etc.) en cada etapa, y

(C) la maximización de la reparación, nueva versión, la reutilización y el reciclado del producto y sus componentes. Desde un punto de vista socioeconómico, todas las partes deben trabajar para mejorar las actuales condiciones de trabajo de los trabajadores en el campo, en las fábricas, la cadena de transporte y almacenes, mediante la adaptación a la ética, las mejores prácticas y códigos de conducta internacionales. Además, las empresas de moda deben contribuir a fomentar patrones de consumo más sostenibles, prácticas de cuidado y lavado, y las actitudes generales a la moda. (Estrategia Verde, junio de 2014)



7 FORMAS DE MODA SOSTENIBLE



EL CONSUMIDOR

La moda sostenible «se pone de moda» ¿Se ha preguntado alguna vez qué hay detrás del pantalón o camisa que lleva puesto? Si es así, usted puede ser un potencial usuario de moda sostenible. Como ha ocurrido en otros sectores, desde hace unos años, la industria de la moda también se halla inmersa en un replanteamiento integral de sus procesos con la vista puesta en garantizar un futuro mejor a las generaciones venideras. Algunas empresas, diseñadores, organizaciones sociales, administraciones e instituciones gubernamentales ya están concienciadas pero falta lo más importante: el consumidor.

Carolina López Álvarez



¿QUÉ TIPO DE CLIENTE

DE MODA SOSTENIBLE

SOY ?

SLOW
FASHION
NEXT

1

COLABORATIVO

2

ECOLÓGICO

3

INNOVADOR

4

*social
& ético*

5

CHIC

6

*hazlo
tú mismo*

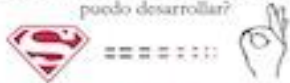
7

CREATIVO

EMPRENDIMIENTO

EL CAMINO AL ÉXITO DEL EMPRENDEDOR DE MODA SOSTENIBLE

1 ¿Me considero realmente un emprendedor? ¿Tengo las cualidades necesarias? ¿Cuáles me faltan y cuáles puedo desarrollar?



2 ¿Tengo una idea genial y un cliente a quien vendérsela?



3 ¿Qué soluciona mi idea o qué valor aporta?



4 ¿A qué desafíos me enfrento?



5 ¿Voy a hacer yo todo? ¿En qué soy realmente bueno? ¿Me falta? ¿Qué equipo necesito? ¿Qué externalizo?



6 ¿Cómo puedo encontrar la información que necesito?



7 ¿Qué significan todos estos datos?



8 ¿Cómo los implemento?



9 ¿Llego la hora de ser creativo? ¿Manos a la obra!



10 ¿Cómo creo el mejor producto o servicio y la mejor imagen de marca?



11 ¿Es mi plan de negocio sostenible? ¿Está bien distribuido el presupuesto?

$$7 + 3 + 204 : 2$$

12 ¿Cómo defino la mejor estrategia comercial y de comunicación?



13 ¿Pon tu prototipo en el mercado!

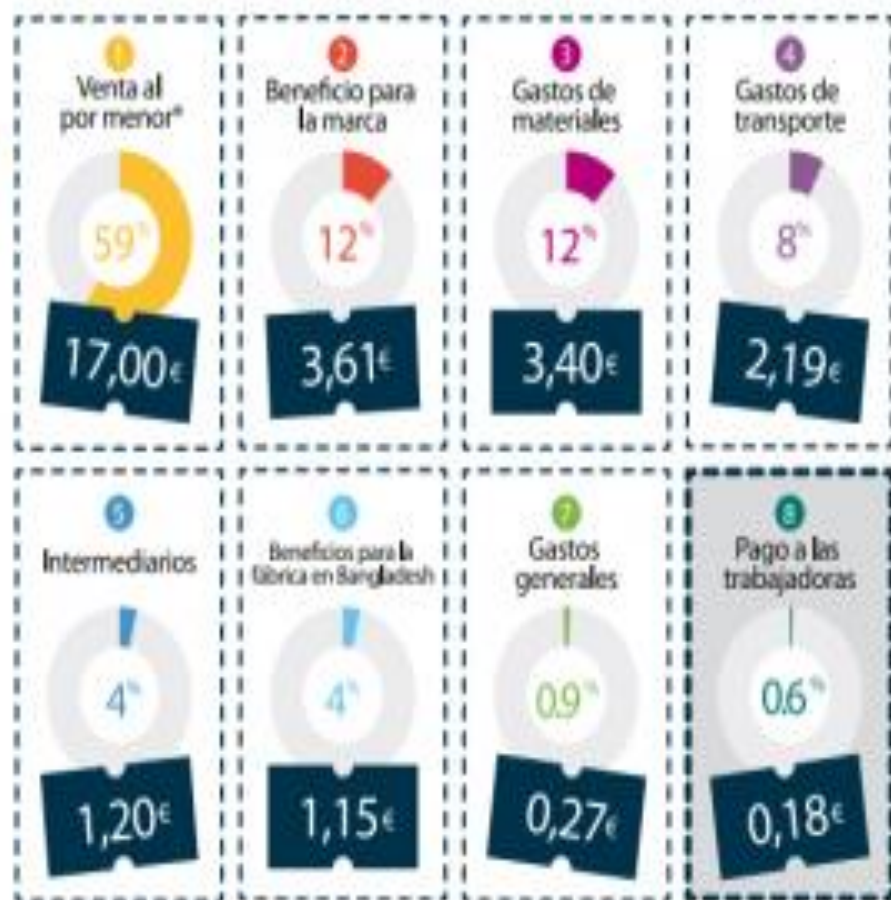


14 ¿Funciona?

¿Soy irresistible para mi cliente?
¿Qué tengo que mejorar?

¡La clave está en volver a empezar!
Vuelve al punto 1 y comprueba donde puedes ir mejorando

DESGLOSE DE LOS GASTOS DE UNA CAMISETA



* Incluye todos los costos del comercio, incluido el personal, alquileres, beneficio de la tienda, IVA, etc.

COLECCIÓN SLOW FASHION



LA MODA SOSTENIBLE, UNA HERRAMIENTA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO



ETIQUETAS, SELLOS Y CERTIFICACIONES QUE PUEDES ENCONTRAR EN LA ROPA FABRICADA CON CRITERIOS ETICOS Y SOSTENIBLES.

reducing with
the Carbon Trust



carbon-label.com



ETIQUETA HUELLA DE CARBONO

<p>working with the Carbon Trust</p>  <p>per garment</p>	<p>The carbon footprint of the lifecycle of this T-shirt is 2.4kg. This is the total carbon dioxide (CO₂) and other greenhouse gases emitted from the raw materials, production, distribution, use (which is washing, tumble drying and ironing 25 times) and disposal.</p>	<p>You can reduce this carbon footprint by washing at 30°C or lower, avoiding tumble drying, ironing only when necessary, and recycling at the end of its life.</p> <p>For example, avoiding tumble drying and ironing will save approx. 0.9kg of CO₂ or one third of this garment's carbon footprint in its lifecycle.</p>
<p>We have committed to reduce this carbon footprint</p>	<p>By using green renewable electricity we have reduced the footprint by 4.0kg per garment.</p>	

20240010506

Las empresas pueden ofrecer productos más responsables con el medio ambiente, vender más y gastar menos, si se esfuerzan en reducir su huella de carbono y demostrarlo en sus etiquetas. Para conseguir una menor huella, una de las acciones principales pasa por reducir el consumo de energía, que se traduce en un menor gasto. Además, no hay que olvidar que la legislación exige cada vez más productos y sistemas productivos con el menor impacto posible sobre la naturaleza.

Por su parte, los consumidores están cada vez más concienciados y el criterio medioambiental tiene una importancia creciente al decidirse sobre un producto u otro. Los productores, vendedores y distribuidores que incluyan el etiquetado de huella de carbono aumentan sus posibilidades de ventas frente a la competencia que no lo utilice.

CERTIFICACION EKO TEX



EKO-TEX® Standard 100

La norma OEKO-TEX® 100 es una prueba independiente integral y sistema de certificación de productos textiles en todas las etapas de procesamiento. Textiles sólo puede certificarse si todos los componentes cumplen con los requisitos presentados. Los criterios de prueba se actualizan anualmente y van mucho más allá de las normas legales también

CERTIFICACION GOTS



GOTS es reconocido como estándar de procesamiento más importantes del mundo de los textiles hechos de fibras orgánicas. En él se definen los criterios ambientales a lo largo de toda la cadena de suministro de textiles orgánicos y exige el cumplimiento de los criterios sociales. Sólo los productos textiles que contienen un mínimo de fibras orgánicas 70% pueden llegar a ser certificados GOTS. Todos los insumos químicos, tales como colorantes, están obligados a cumplir con ciertos criterios ambientales y toxicológicos. La elección de los accesorios se limita de acuerdo con aspectos ecológicos. Una planta de tratamiento de aguas residuales funcional es obligatorio para cualquier proceso húmedo y todos los procesadores deben cumplir con criterios sociales mínimos.

CERTIFICACION ORGANICA



Los consumidores están mejor informados que nunca sobre los impactos sociales y ambientales de la fabricación de productos textiles, y están exigiendo más de las marcas. Desde ropa para el cuidado personal, del algodón a la lana, las ventas de textiles orgánicos siguen creciendo. Cada año, la asociación certifica concesionarios de suelo, las ventas aumentaron en un 16%.

Orgánica está tomando la iniciativa para hacer frente a las preocupaciones de los consumidores, ofreciendo las cadenas de suministro verificados, así como más amable y textiles más limpios. Cuando los consumidores compran productos certificados tienen la certeza que su dinero va a bajar la cadena de suministro y hacer una diferencia para los agricultores.

FAIR WEAR FUNDATION

(FMF) es una organización independiente, sin fines de lucro que trabaja con empresas y fábricas para mejorar las condiciones laborales de los trabajadores de la confección.



Emploment is freely chosen



There is no discremenation in employment



No explotation of child labour



Freedom of association and the right to collective bargaining



Payment of a living wage



No excessive working hours



Safe and healthy working conditions



Legally binding employment relationships



CERTIFICACION MADE IN GREEN

"Made in Green" es un sello que certifica que en toda la trazabilidad el producto ha sido fabricado en centros de producción donde se respeta el medio ambiente y los derechos universales de los trabajadores.

Proceso



- 1 Materia prima**
- Cultivo de algodón
 - Cría de ganado irino
 - Procesamiento de productos petroquímicos.
 - Fabricación de celulosa.



- 2 Fibras**
- Naturales: algodón, lana.
 - Sintéticas.
 - Artificiales.



- 3 Hilados y tejidos**
- Elaboración de hilados y coquejería.
 - Tejidos industriales.
 - Productos. Tejidos terminados.



- 4 Diseño**
- Innovación.



- 5 Acabados**
- Teñido.
 - Estampado.
 - Ribetado.
 - Otros.



- 6 Confecciones**
- Fabricación de tops y otras prendas.
 - Maquila.



- 7 Comercialización**
- Competitividad.

Sistemas de gestión ambiental y un código de conducta y de responsabilidad social

UNA BUENA GESTIÓN **ahorra un 2% los gastos DE LA EMPRESA**



Exención de sustancias nocivas sobre el producto

Existen programas como Detox de Greenpeace: 24 marcas, 0 sustancias nocivas para 2020

Fuente: Greenpeace



Porcentajes de emisiones de CO₂ de una camiseta de algodón

- 20%
- 9%
- 2%

60%

Uso cotidiano, lavado y secado

Fuente: Aoki



Emisiones de CO₂ a lo largo de su vida útil

- 3,09 kg Algodón orgánico
- 3,87 kg Algodón convencional

Fuente: Aoki



Gasto en I+D de la industria textil en España: 75.802 mill. de euros

Casi un 1% sobre la cifra de negocio

Fuente: Ministerio de Industria para 2011

FASHION REVOLUTION DAY



La creciente popularidad de la moda ética es consecuencia de las publicaciones que evidencian el “lado oscuro” de la industria de la moda. Tal como sucedió con los hechos ocurridos en abril del año pasado en **Bangladesh**, donde se exhibieron las condiciones precarias en las que funcionaba una fábrica textil que colapsó, provocando la muerte de más de 1,000 trabajadores. En este contexto surge una iniciativa que encuentra su sede en Reino Unido, Estados Unidos, Australia, y cerca de 25 países en proceso de adherirse.

Fashion Revolution Day (FRD) es un movimiento que invita a los productores y consumidores de moda a voltear la mirada hacia el interior de los productos, exponiéndolos por un día —el **24 de abril**— en redes sociales con el hashtag **#insideout**. La propuesta es animar la curiosidad, cuestionar y descubrir el origen y las manos que se involucraron en la creación de las prendas con un objetivo: provocar conciencia sobre las relaciones que establecemos con la moda que consumimos. Además, la iniciativa se perfila como la plataforma idónea para que las marcas muestren cómo producen sus prendas y expongan su compromiso ético responsable.

NUEVOS NEGOCIOS

Un grupo de mujeres en Berlín se dedican a realizar “tours” por los negocios de moda sustentable que dispone la ciudad, el “*Green Fashion Tour*” de Berlín. Una industria en pleno desarrollo, avalada por una parte de la sociedad que decide consumir de manera consciente tanto lo que come como lo que viste, procurando saber cómo fueron fabricadas las prendas que usan, cuáles son los materiales que la componen y qué impacto tienen sobre el medio ambiente.



H M Y SU COLECCIÓN CONSCIENTE

A fashion advertisement for the H&M Conscious Collection. The image features a woman, Amber Valetta, with her hair pulled back, wearing large gold hoop earrings and a gold-colored, textured, sleeveless top. She is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a soft, abstract wash of colors, including shades of pink, purple, and yellow. On the left side of the image, there is text in a clean, sans-serif font. The main title reads 'H&M CONSCIOUS COLLECTION' in a large, bold font, with 'Moda más sostenible' underneath it. Below this, a smaller paragraph of text provides more information about the collection and the model.

**H&M CONSCIOUS
COLLECTION**
Moda más sostenible

H&M Conscious Collection presenta a Amber Valetta, supermodelo y filántropa. Déjate seducir por una deslumbrante selección de prendas básicas que aúnan sostenibilidad y belleza para crear una moda perfecta.

LAS GRANDES MARCAS DE ROPA

La preocupación por el medio ambiente ha llegado a las firmas de moda. Lo que ahora conocemos como moda sostenible es algo que está en boca de todos. El algodón orgánico, las fibras naturales, los materiales reciclados y ecológicos se imponen a los agentes químicos y sintéticos, convirtiéndose en protagonistas de una moda que acaricia la piel y apuesta por la conciencia ecológica.

Los consumidores de hoy buscan invertir en lujo, no sólo gastar y adquirir el producto sin más. **La concienciación es tal que la búsqueda de lo ético por parte del consumidor** está haciendo que las marcas redefinan y replanteen su excelencia en el negocio y estar en la búsqueda de nuevos estándares.



La actriz **EMMA WATSON**, comprometida activista, lució un **vestido ecológico creado por Calvin Klein**, elaborado con diferentes tejidos, todos ellos hechos de **botellas de plástico** reciclado, el bustier que vistió fue elaborado con algodón orgánico.





#ModaSostenibleMT

“No intentes cambiar un sistema,
construye uno nuevo que haga que el
anterior se vuelva obsoleto.”