

La moda y el consumo sostenible: Una revisión

Fashion and sustainable consumption: A review

Maricsa Jerkovic

Fundación Hrvatska – Chiriquí, Panamá

maricsajerkovic@gmail.com <https://orcid.org/0000-0003-0982-9088>

Rubén Darío Collantes-González

Fundación Hrvatska – Chiriquí, Panamá

rdcg31@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0002-6094-54581>

Fecha de Recepción 22/07/24

Fecha de Aceptación 01/10/24

Doi: <https://doi.org/10.48204/rea.v3n2.6366>

Resumen

Cuando las personas se permiten adquirir prendas de vestir y accesorios de moda, en muchos casos desconocen lo que conlleva la confección de estas, como la caza furtiva, maltrato animal, contrabando de especies exóticas, contaminación ambiental, sobreexplotación laboral, por citar algunos. El objetivo de este trabajo fue desarrollar una revisión sistemática sobre cómo la moda puede ser compatible con el consumo sostenible. Para ello, se consultaron 40 referencias relacionadas con la temática y seleccionadas por su pertinencia. Se ha encontrado que, algunas empresas reconocidas de la industria están comprometidas con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), apostando por ocupar talento local en condiciones laborales dignas, reducir emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y otros contaminantes ambientales, utilizando materiales alternativos como sustitutos de pieles exóticas. En conclusión, es posible consumir artículos de moda responsablemente y contribuir con la sostenibilidad de la industria y de los ecosistemas.

Palabras clave: Accesorios, GEI, Materiales alternativos, ODS, Prendas.

Abstract

When people allow themselves to purchase clothing and fashion accessories, in many cases they are unaware of what goes into making them, such as poaching, animal abuse, smuggling of exotic species, environmental pollution, labor overexploitation, to name a few. The aim of this work was to develop a systematic review on how fashion can be compatible with sustainable consumption. To do this, 40 references related to the topic were consulted and selected for their relevance. It has been found that some recognized companies in the industry are committed to the sustainable development goals (SDGs), employing local talent in decent working conditions, reducing greenhouse gas (GHG) emissions and other environmental pollutants, using alternative materials as substitutes for exotic skins. In conclusion, it is possible to consume fashion items responsibly and contribute to the sustainability of the industry and ecosystems.

Keywords: Accessories, Alternative materials, Clothing, GHG, SDG.

Introducción

La moda puede ser definida como un fenómeno sociocultural a través del cual las personas se expresan al escoger cómo vestirse y presentarse según el momento y lugar, reflejándose esto en las prendas de vestir, calzado y accesorios, principalmente; sin embargo, existe factores que pueden influenciar en la misma, como la cultura, la economía, la tecnología y las preferencias *sui generis* de cada individuo (Escobar, 2017).

En lo referente a la cultura, es necesario fomentar el consumo responsable y la sostenibilidad de los procesos involucrados en la elaboración de productos; por lo que, mediante la educación del consumidor se pueden brindar pautas de consumo individuales y colectivas que redunden en un uso racional de los recursos naturales (renovables y no renovables), la consolidación de valores ecológicos que generen consciencia ciudadana respecto a su corresponsabilidad en el desarrollo sostenible en sus tres componentes principales (social, económico y ambiental) (Noeno, 2008).

Con relación a lo anterior, han surgido algunas iniciativas, como la Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible, la Estrategia para los productos textiles sostenibles impulsada por la Unión Europea, el Plan de Transformación del sector textil en España (el cual se orienta hacia la sostenibilidad y abarca todos los eslabones de la cadena de valor), entre otros compromisos conscientes que pretenden lograr para el año 2050 una economía neutra en carbono, sostenible, libre de tóxicos y completamente circular (Rodríguez, 2021).

Existen empresas que están aprovechando las tendencias de consumo responsable, por lo que se comprometen con principios éticos, materiales eco-amigables y condiciones de trabajo justas; siendo entonces la elección favorita para aquellos comprometidos con el ambiente (Peyer, 2024). Con una población mundial estimada en 8 mil millones de habitantes, el consumo de ropa en el año 2023 fue de 183 800 millones de prendas (39 800 masculinas, 63 700 infantiles y 80 300 femeninas) (Marín, 2023; Orús, 2024); por lo que es necesario fomentar la moda y el consumo responsable. Este trabajo constituye una revisión sistemática sobre cómo la moda y el consumo responsable pueden ser compatibles, además de plasmar algunos desafíos presentes y futuros.

Materiales y métodos

El estudio es bibliográfico, exploratorio, analítico y reflexivo. Se consultaron 40 referencias, publicadas mayormente durante los últimos 10 años y seleccionadas por su pertinencia. También se consultó plataformas como ResearchGate y Google Scholar. Las imágenes de este documento son originales (excepto la Figura 6) y en algunos casos editadas (Figura 5), con Photoroom (2024).

Resultados y discusión

¿Qué es la moda sostenible?

La moda sostenible puede definirse como aquella que, para la elaboración de prendas de vestir, calzado y accesorios, tiene como prioridad disminuir los impactos ambientales negativos a lo largo de la cadena de valor, para lo cual se emplean materiales más ecológicos y se reduce la huella de carbono de los productos obtenidos (empaque, embalaje, consumo energético, transporte, etc.) (Eurofins, 2023). Tomando como base el conocimiento ambiental y las iniciativas de satisfacción del consumidor, la moda sostenible guarda relación con las actitudes sociales hacia la cultura y los efectos de la misma moda (Douce *et al.*, 2024).

Sobre lo anterior, son cada vez más las empresas de moda que están apostando por el uso de materiales reciclados, la optimización de las materias primas, la disminución de residuos de empaque y contaminantes, el uso de energías alternativas y sostenibles para sus procesos; lo que se traduce en moda responsable y circular comprometida con el reciclaje, la restauración y reutilización de los materiales involucrados en los procesos de transformación. (González, 2020; Vélez, 2023; Converse, 2024).

En este tenor, para la confección de una chaqueta se pueden aprovechar 51 botellas de plástico PET (The North Face, s. f.); mientras que en la creación de calzado casual se puede ocupar retazos de cuero, el cual es un material atemporal, duradero y sostenible, además de que su versatilidad permite la creación de diseños que pueden servir como sustitutos de materiales exóticos mediante la técnica de grabado (Collantes *et al.*, 2022; Vélez, 2023) (Figura 1).

Vélez (2024), adoptó a las abejas como insignia de la marca (Figura 2), dado que el agua ocupada en el procesamiento del cuero, antes de retornar a las fuentes hídricas naturales, es tratada y los sedimentos son transformados en fertilizantes orgánicos para la flora melífera en el “Santuario de Abejas”, correspondiente a 3 ha de terreno para la preservación de la especie y la obtención de miel de manera artesanal. Es loable que empresas de moda dediquen tiempo y esfuerzos para la conservación de estos insectos, porque son constituyentes primordiales en los agroecosistemas, contribuyendo con la preservación de la biodiversidad, la seguridad alimentaria y nutricional y la diversificación productiva sostenible (Collantes et al., 2023).

Figura 1

Moda sostenible: A) Chaqueta elaborada con plástico PET reciclado; B) Bastas de jeans usadas para confeccionar un maletín (Upcycling); C) Cuero grabado con patrón de piel de reptil; D) Zapatillas casuales confeccionadas con diferentes retazos de cuero; E) Disminución del material de empaque.



Fuente: M. Jerkovic y R. Collantes-González.

Otra iniciativa promisoría es el *upcycling* del denim, considerando que se requieren 7500 litros de agua para fabricar un solo par de *jeans*, además de una cantidad considerable de químicos contaminantes durante el proceso. Posiblemente un exponente ejemplar de esta alternativa en la

moda es Nigel Xavier, quien mediante el *upcycling* del denim ganó la segunda temporada de la competencia *Next in Fashion* de Netflix (Polizzi, 2023).

Así mismo, el consumo de algodón en el periodo 2004 – 2005 superó los 21 millones de toneladas, porque más del 40% del mismo se usa para elaborar textiles como el *denim*; además de que la agricultura convencional ligada al cultivo del algodón ha demostrado ser un modelo productivo insostenible (Peñasco et al., 2008). Como alternativa, según EcoInventos (2022), consumir productos elaborados con algodón orgánico brindan las siguientes ventajas:

- Se protegen los mares y otros cuerpos de agua de la contaminación por microfibras.
- Contribuye con la sostenibilidad de los medios de vida de los agricultores.
- Conserva los recursos hídricos y energéticos.
- Reduce la exposición de los agricultores a químicos peligrosos para la salud.
- Contribuye con el suministro de alimentos libre de plaguicidas.
- Reduce la exposición del consumidor a residuos de químicos peligrosos en las prendas.
- Mejora las condiciones de trabajo para los productores.
- Apoya la agricultura ecológica.
- Brinda sensación de bienestar al consumidor.

Figura 2

Productos artesanales Vélez con la abeja reina como insignia: A) Bolso pequeño; B) Botas Boreal; C) Billetera de caballero; D) Billetera de dama.



Fotos: M. Jerkovic y R. Collantes-González.

Esto deja de manifiesto la importancia de que, antes de optar por eliminar prendas o ceder a la tentación de comprar compulsivamente como consecuencia de la moda rápida (*fast fashion*), se debe obtener la mayor información posible de la marca y los procesos industriales que ocupa; así como explorar la posibilidad de extender la vida útil de las mismas al servir como materia prima para confeccionar algo nuevo o modificarlas (Polizzi, 2023). En este sentido, los procesos agroindustriales involucrados en la obtención de estos y otros bienes tienen potencial de ser sostenibles y de contribuir con la diversificación productiva, en la medida que se tenga un conocimiento profundo sobre los agroecosistemas intervenidos para dinamizar procesos sinérgicos en los mismos, además de requerirse políticas de Estado genuinamente comprometidas con el desarrollo sostenible (Collantes-González y Atencio-Valdespino, 2023).

¿Qué es el consumo responsable?

El consumo responsable puede entenderse como la integración de aspectos sociales, ambientales y éticos al momento de decidir qué comprar; lo cual deriva en que los consumidores informados se comprometen con este modelo para minimizar la huella ecológica mediante acciones conscientes que impactan positivamente en la sociedad. Así mismo, se pasa de un modelo lineal de usar y botar a una economía circular orientada hacia el desarrollo sostenible (Repsol, 2024).

En lo que respecta a prendas de vestir, una alternativa interesante es el armario minimalista o cápsula con enfoque sostenible, el cual consiste en un limitado número de prendas que se combinan entre sí para obtener un estilo propio y proyectar una imagen distintiva; lo cual ayuda a evitar las compras compulsivas y a disminuir la rotación. Lo recomendable es no excederse de unas 40 prendas (incluyendo ropa, calzado y accesorios), privilegiar los colores neutros (azul marino, negro, gris y blanco), que cada prenda funcione al menos con tres combinaciones diferentes y lo que no se utiliza desde hace mucho tiempo (entalle muy ajustado o muy suelto, color, incompatibilidad con el resto del guarda ropa, etc.), mejor donarlo (BBVA, 2024).

Por otra parte, se estima que el 1% de la población más rica en el mundo (cerca de 77 millones de personas), generan 16% más emisiones de carbono que el 66% más pobre, dado que artículos de lujo como los diamantes, tienen una huella ambiental y climática considerable; razón por la que, algunas empresas especializadas en joyería están apuntando hacia una transición a utilizar

aleaciones de menor pureza pero más sostenibles, oro reciclado y otros materiales eco amigables, aproximándose a una mejora integral de los procesos y creando consciencia en el consumidor final de estos bienes de lujo (Yanes, 2023).

En este sentido, la empresa Pandora (Figura 3), ha lanzado productos elaborados con oro y plata 100% reciclados, además de que tienen como meta lograr cero emisiones de carbono para el año 2040 (Pandora, 2024).

Figura 3

Pulsera Pandora con charms de plata y oro.



Fuente: M. Jerkovic.

En el caso de Perú, de los 60 futuros proyectos aprobados por el Ministerio de Energía y Minas, 24 son para la explotación de oro, los cuales serán desarrollados por mineros artesanales y de pequeña escala, quienes forman parte de la iniciativa Oro Responsable, que pretende crear cadenas de valor que garanticen la extracción del mineral con el menor impacto ambiental negativo posible (BBVA, 2023). Otra iniciativa importante desarrollada en México es FAMA (Fortaleciendo la Minería Ancestral Sostenible), la cual brinda conocimiento científico para impactar positivamente en la comunidad minera con innovaciones traducidas en la modernización de la extracción minera y en el acceso a nuevos mercados (SDSN México, 2024).

Moda sostenible y cambio climático

El cambio climático corresponde a la variación global del clima por causas naturales, pero en mayor medida por la presión antrópica ocasionada por la quema de combustibles fósiles, deforestación en beneficio de actividades humanas (agricultura, industria, transporte, entre otros); lo que deriva en la retención del calor solar en la atmósfera mediante el efecto invernadero, siendo el dióxido de carbono, el óxido nitroso y el metano los principales gases de efecto invernadero (GEI) (CEPAL, 2024).

Casas de moda como Michael Kors (Figura 4), están apostando por la resiliencia ambiental mediante la eficiencia del consumo energético ocupando alternativas renovables, además de que han logrado disminuir en un 70% las emisiones de GEI en sus procesos productivos (Michael Kors, 2024). Sin embargo, Good On you (2023), calificó a la marca con 2 de 5 porque, según la fuente, utilizan pocos materiales de bajo impacto ambiental, no tienen evidencia de trazabilidad en cuanto a las emisiones de GEI en sus procesos ni en la obtención de materiales de origen animal, no hay evidencias de disminución de desechos textiles ni de proteger la biodiversidad en su cadena de suministro y requieren mejorar las condiciones laborales de sus empleados.

Figura 4

Productos Michael Kors: A) Mochila; B) Cartera; C) Correa reversible; D) Zapatillas.



Fuente: M. Jerkovic y R. Collantes-González.

Varias empresas apuestan por el uso de materiales sintéticos para la confección de prendas o para el revestimiento impermeable de lona, siendo este último material muy duradero y permite el estampado de patrones atractivos y complejos (Figura 5) (The Hosta, 2024; IPUR, 2024).

Figura 5

Carteras confeccionadas con cuero (asas) y lona con revestimiento sintético.



Fuente: M. Jerkovic

Lo anterior remarca de manera evidente que el cuidado del planeta y hacerle frente al cambio climático es responsabilidad de todos, para lo cual Naciones Unidas (2024), lista algunas acciones que como personas conscientes se pueden adoptar, tales como el ahorro energético y el optar por fuentes sostenibles (fotovoltaica o eólica, por ejemplo), ocupar medios de transporte no contaminantes y/o colectivos cuando sea estrictamente necesario, elegir productos de empresas comprometidas con el desarrollo sostenible, mantener el ambiente limpio y libre de contaminantes, expresarse sobre la materia con tomadores de decisiones, entre otras.

Si bien en investigaciones previas sobre consumo responsable en otras industrias se ha mencionado el principio de las cuatro erres (reducir, reusar, reciclar y rechazar) (Collantes-González, 2024), para el caso de la moda, Rodríguez (2021), propuso nueve Rs:

- **Reflexionar.** El consumidor debe ser crítico y reflexivo antes de comprar.
- **Rediseñar.** Las empresas deben apostar por invertir en diseños que sean innovadores, funcionales y estéticamente atractivos, pero hechos con materiales sostenibles.
- **Rechazar.** Debe evitarse el consumo de todo producto que pueda ser riesgoso para la salud (tóxico), que no sea reciclado, biodegradable o que su elaboración sea insostenible.
- **Reducir.** Gastos, explotación de recursos naturales y contaminantes ambientales.
- **Reutilizar.** Prolongar la vida útil de las prendas y productos.
- **Reparar.** Se puede extender la vida útil de un producto al repararlo o reacondicionarlo.
- **Reciclar.** Mediante la separación apropiada de residuos para su posterior reciclaje.
- **Redistribuir.** Tomando en consideración el incremento de la huella ecológica global, por lo que el consumo actual se basa en la ocupación de recursos de otras latitudes.
- **Reclamar.** El consumidor responsable tiene derecho a reclamar si los productos ofertados vulneran sus derechos (salud, seguridad, ambiente sano, economía, etc.).

A estas se les puede sumar como décima R **Revalorar**, dado que el talento local merece ser respetado y valorado en su justa dimensión (comercio justo), tal como indicó Rey (2020). Al respecto, Chris Martin (cantautor, músico y líder de la banda británica Coldplay), es una celebridad genuinamente comprometida con esta causa, lo cual ha dejado de manifiesto durante varias de sus

presentaciones en vivo, al llevar la frase *Make Trade Fair* escrita con marcador en su mano (Figura 6).

Figura 6

Chris Martin en vivo cantando Clocks, tiene escrita en su mano la frase: Make Trade Fair.



Fuente: High Def Fish (2023).

Si bien el listado de personas famosas que han declarado su compromiso con el ambiente es amplio y cubre desde la realeza, estrellas de rock, artistas de cine, entre otros, en el ámbito de la moda destaca Stella McCartney (hija de Paul y Linda McCartney), quien apuesta por la utilización de materiales como econyl (nylon ecológico), pieles veganas (a partir de materiales sintéticos o vegetales, que no implican matanza ni maltrato animal), reciclaje de residuos plásticos y algodón regenerativo (que ayuda a recuperar el suelo, la biodiversidad y a reducir la huella de carbono) (Calvo, 2022; De La Parra, 2024; Inexmoda, 2024).

Otra marca que también ha sido preferida por famosos y es tendencia es JW Pei, la cual destaca por su sencillez, inclusión, empoderamiento para la mujer moderna y también ocupa cuero vegano (Figura 7), elaborado a partir de plásticos reciclados para reducir el impacto en el planeta, como declaratoria de su compromiso social y ambiental (Ferrero, 2021; JW PEI, 2024).

Figura 7

Bolso JW PEI elaborado con cuero vegano con patrón grabado de reptil.



Fuente: R. Collantes-González.

Conclusiones

Del presente trabajo se concluye que, es posible consumir artículos de moda de manera responsable y contribuir con la sostenibilidad de la industria y de los ecosistemas. Para ello, es necesario que los consumidores estén debidamente informados y tomen consciencia sobre el origen y

consecuencias que conlleva la adquisición de determinados productos, así como las alternativas disponibles para sustituir aquellos que generan huellas ecológicas considerables.

Entendiendo que el logro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), comprende aspectos ambientales, económicos, políticos y sociales, las empresas dedicadas a la industria de la moda también deben estar comprometidas con la inclusión social, apoyando sin discriminación el talento local, lo cual suma a la economía circular en comunidades de artesanos que, mediante su creatividad, pueden confeccionar prendas y accesorios de alto valor para la sostenibilidad en todas sus dimensiones; recordando que la moda es un fenómeno de expresión socio-cultural.

Se espera que se pueda continuar investigando, desarrollando, innovando y emprendiendo (I+D+i+E), sobre la materia, además de que surjan políticas de Estado genuinamente comprometidas con estos lineamientos, en beneficio de un mundo mejor para todos.

Referencias Bibliográficas

- BBVA, (2024). *¿Cómo conseguir un armario minimalista con enfoque sostenible?*
<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/como-conseguir-un-armario-minimalista-con-enfoque-sostenible/>
- BBVA, (2023). *¿Cómo funciona la minería sostenible del oro? Claves de este metal precioso.*
<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/como-funciona-la-mineria-sostenible-del-oro-claves-de-este-metal-precioso/>
- Calvo, B. (2022). *Qué es el cuero vegano y cómo se hace.* unCOMO, Mundo Deportivo.
<https://www.mundodeportivo.com/uncomo/hogar/articulo/que-es-el-cuero-vegano-y-como-se-hace-52709.html>
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2024). *Acerca de Cambio climático.*
<https://www.cepal.org/es/temas/cambio-climatico/acerca-cambio-climatico#:~:text=Se%20denomina%20cambio%20clim%C3%A1tico%20a,transporte%2C%20entree%20otros%2C%20como%20consecuencia>
- Collantes, R., Del Cid, R., Santos-Murgas, A. y Atencio, R. (2023). Importancia de los insectos polinizadores en la sostenibilidad de los agroecosistemas productivos. *Revista Semilla del Este*, 3(2), 8-26.
- Collantes, R., Jerkovic, M., Santos-Murgas, A. y Caballero, M. (2022). Cuero de res grabado: una alternativa sostenible a las pieles exóticas. *Revista Investigaciones Agropecuarias*, 4(2), 137-146.
- Collantes-González, R. (2024). Las cuatro Rs en la industria del juguete: desafíos presentes y futuros. *REA: Revista Científica Especializada en Educación y Ambiente*, 3(1), 115-130.
<https://doi.org/10.48204/rea.v3n1.5106>

- Collantes-González, R. y Atencio-Valdespino, R. (2023). Procesos agroindustriales y ambiente: ¿pueden ser compatibles? *Revista Investigación Agraria*, 5(2), 6-14. <https://doi.org/10.47840/ReInA.5.2.1809>
- Converse, (2024). *Impacto Social*. <https://jobs.converse.com/es/social-impact>
- De la Parra, E. (2024). *Estas son las personalidades más comprometidas con el medio ambiente*. ¡Hola! <https://www.hola.com/viajes/20240422252810/famosos-comprometidos-medios-ambiente/>
- Douce Djossouvi, A.C., Lou, B., Sayibu, M., Sylvaire Debongo, D. Y. y Rauf, A. (2024). Social attitudes in sustainable fashion: the role of environmental knowledge on sustainable development goals (SDGs). *Journal of Advances in Management Research*. <https://doi.org/10.1108/JAMR-02-2024-0037>
- EcoInventos, (2022). *9 razones para comprar productos fabricados con algodón orgánico*. <https://ecoinventos.com/razones-comprar-productos-fabricados-con-algodon-organico/>
- Escobar, I. (2017). *¿Qué es tendencia y qué es moda?* Noir Magazine. Recuperado de: <https://noirmagazine.mx/moda/que-es-tendencia-y-que-es-moda/>
- Eurofins, (2023). *Qué es la moda sostenible y cuáles son sus beneficios*. Eurofins Environment Testing, España. <https://www.eurofins-environment.es/es/moda-sostenible/#:~:text=La%20moda%20sostenible%20se%20basa,de%20carbono%20de%20los%20pr oductos.>
- Ferrero, C. (2021). *JW Pei: el bolso de 89 euros que ya es viral en las semanas de la moda*. El País. <https://elpais.com/smoda/jw-pei-bolso-viral-asequible-semanas-moda-street-style.html>
- González, M. (2020). *Furla Progetto Italia: El Nuevo Centro de Creatividad e Investigación de Furla*. Whitepaperby. <https://whitepaperby.com/furla-progetto-italiacentro-de-creatividad-invest/>
- Good On You. (2023). *Michael Kors*. <https://directory.goodonyou.eco/brand/michael-kors>
- High-Def Fish. (2023). *Coldplay - "Clocks" LIVE (2003) [HD]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=58q8JxsCDfg>
- Inexmoda, (2024). *Vicunha lanza productos elaborados con algodón regenerativo para el mercado Latinoamericano y alcanza un hito en la moda sostenible*. Comunicados. <https://inexmoda.org.co/vicunha-lanza-productos-elaborados-con-algodon-regenerativo-para-el-mercado-latinoamericano-y-alcanza-un-hito-en-la-moda-sostenible/#:~:text=El%20algod%C3%B3n%20regenerativo%20es%20una,la%20agricultura%20b aja%20en%20carbono.>
- IPUR, (2024). *El poliuretano en nuestra vida: la ropa*. <https://aislaconpoliuretano.com/el-poliuretano-en-nuestra-vida-la-ropa/>
- JW PEI, (2024). *About*. Recuperado de: <https://www.jwpei.com/pages/about>
- Marín, R. (2023). *La población mundial superará los 8 mil millones de habitantes el primero de enero de 2024*. Infobae. <https://www.infobae.com/estados-unidos/2023/12/29/la-poblacion-mundial-superara-los-8-mil-millones-de-habitantes-el-primero-de-enero-de-2024/#:~:text=El%20censo%20mundial%20alcanzar%C3%A1%20los,este%20jueves%2028%20d e%20diciembre.>
- Michael Kors, (2024). *Kors loves our planet*. <https://www.michaelkors.com/kors-loves/our-planet.html>
- Naciones Unidas. (2024). *Acciones por un planeta saludable*. Recuperado de: <https://www.un.org/es/actnow/ten-actions>

- Noeno, L. (2008). 1. Presentación. En C. Peñasco, S. Castañeda, M. Morales y P. Barrenechea (Eds.), *Somos lo que vestimos: Manual para el consumo responsable de ropa y complementos* [pp. 3]. Dirección General de Consumo, Gobierno de Aragón – España. <https://web.ua.es/es/ecocampus/documentos/consejos-ambientales/moda-sostenible.pdf>
- Orús, A. (2024). *Consumo de prendas de vestir en todo el mundo por segmento en 2023*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1391299/consumo-de-prendas-de-vestir-en-todo-el-mundo-por-segmento/#:~:text=En%202023%2C%20se%20consumieron%20un,art%C3%ADculos%20destinados%20al%20p%C3%ABblico%20femenino.>
- Pandora, (2024). *Sostenibilidad en Pandora*. Pandora Jewelry Spain S. L. U. <https://es.pandora.net/es/descubrir/descubrir/mundo-pandora/sostenibilidad/>
- Peñasco, C., Castañeda, S., Morales, M. y Barrenechea, P. (2008). *Somos lo que vestimos: Manual para el consumo responsable de ropa y complementos*. Dirección General de Consumo, Gobierno de Aragón – España. <https://web.ua.es/es/ecocampus/documentos/consejos-ambientales/moda-sostenible.pdf>
- Peyer, N. (2024). *Las 23 Mejores Marcas de Moda Sostenible en 2024*. Sumissura. <https://www.sumissura.com/es/blog/marcas-moda-sostenible>
- Photoroom, (2024). *Quita el fondo de imágenes*. Photoroom, Inc. Recuperado de: <https://www.photoroom.com/es/herramientas/eliminador-de-fondos>
- Polizzi, K. (2023). *Larga vida al denim: ¿Por qué el upcycling es lo “próximo” en la moda?* Revista GQ. <https://www.revistagq.com/moda/articulo/por-que-upcycling-proximo-moda-denim>
- Repsol, (2024). *¿Qué es el consumo responsable? Todos podemos reducir nuestra huella ecológica*. <https://www.repsol.com/es/energia-futuro/futuro-planeta/consumo-responsable/index.cshtml>
- Rey, P. (2020). *Comercio justo: uno de los pilares fundamentales para la moda sostenible*. Vogue World. <https://www.vogue.mx/moda/articulo/comercio-justo-pilar-fundamental-moda-sustentable>
- Rodríguez, M. (2021). *Moda y reciclaje*. *Ambienta*, (128), 88-95. Recuperado de: <https://www.revistaambienta.es/content/dam/revistaambienta/files-1/Revista-Ambienta/compartidos/Ambienta.%20Moda%20y%20reciclaje.pdf>
- SDSN México, (2024). *Fortaleciendo la Minería Artesanal Sostenible*. Banco de Proyectos. <https://sdsnmexico.mx/banco-de-proyectos/comunidades-sostenibles-y-bienestar-social/fortaleciendo-la-mineria-artesanal-sostenible/>
- The Hosta, (2024). *¿De qué están hechas las bolsas de Monogram Louis Vuitton?* <https://www.the-hosta.com/es/blogs/preguntas-frecuentes-de-bolsos/de-que-estan-hechas-las-bolsas-de-monogram-louis-vuitton>
- The North Face, (s.f.). *Materiales Reciclados*. <https://www.thenorthface.com.mx/tecnologia/reciclados>
- Vélez, (2023). *Cuero por y para el bien*. Memoria No. 2. <https://www.velez.com.co/leather-for-good/dos>
- Vélez, (2024). *Santuario de Abejas: Nuestra insignia y especie protegida*. <https://www.velez.com.co/santuariodeabejasvelez#>
- Yanes, J. (2023). *¿Es sostenible el oro?* OpenMind BBVA. <https://www.bbvaopenmind.com/ciencia/investigacion/es-sostenible-el-oro/>