

Crterios

Guillermo Solano Gutiérrez | Publicación: 12 Agosto 2025 | Visto: 2187

El "fast fashion", su impacto en la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial



[\(/#facebook\)](#) [\(/#twitter\)](#) [\(/#whatsapp\)](#) [\(/#email\)](#)

([https://www.addtoany.com/share?url=https%3A%2F%2Fwww.unacomunica.una.ac.cr%2Findex.php%2Fcritérios%2F6257-el-sostenibilidad-y-la-responsabilidad-](https://www.addtoany.com/share?url=https%3A%2F%2Fwww.unacomunica.una.ac.cr%2Findex.php%2Fcritérios%2F6257-el-sostenibilidad-y-la-responsabilidad-empresarial&title=El%20%28%29Cfast%20fashion%28%29D%2C%20su%20impacto%20en%20la%20sostenibilidad%20)

[empresarial&title=El%20%28%29Cfast%20fashion%28%29D%2C%20su%20impacto%20en%20la%20sostenibilidad%20](https://www.addtoany.com/share?url=https%3A%2F%2Fwww.unacomunica.una.ac.cr%2Findex.php%2Fcritérios%2F6257-el-sostenibilidad-y-la-responsabilidad-empresarial&title=El%20%28%29Cfast%20fashion%28%29D%2C%20su%20impacto%20en%20la%20sostenibilidad%20)

**Roxana Durán Sosa*

Relajar las tensiones entre los patrones de consumo y la corriente del minimalismo, es decir, satisfacer las necesidades humanas con cantidades más reducidas de productos y servicios es un reto aún pendiente de muchas empresas alrededor del mundo.

El divorcio entre la conciencia ambiental y los patrones de consumo, están cada vez más presentes en la intimidad de los espacios personales, y en esto, las empresas y sus procesos productivos, tienen una gran cuota de responsabilidad.

La exposición constante a las notificaciones en los dispositivos electrónicos estimula las intenciones de compras, que no está del todo mal, siempre y cuando exista un estilo de vida personal convencido de los límites del crecimiento y no solo tome conciencia, sino que actúe consecuentemente con lo esperado y lo ejecutado.

Un ejemplo particular de lo anterior se ve ahora en la industria de la moda, donde surge el concepto del fast fashion. Esto antepone un reto muy importante y es uno de los grandes desafíos sobre qué debe hacer el consumidor con el producto que ya no va a utilizar, ya sea porque su vida útil concluyó o porque ya no lo desea.

El fast fashion produce un sinnúmero de prendas que salen de circulación, y que generan gran cantidad de residuos y la duración del impacto a corto, mediano y largo plazo debe considerarse pues provoca altas presiones sobre el medio ambiente y el cambio climático (EEA, 2024).

Desde esta perspectiva urge intervenir el mundo de la moda pues podríamos estar enfrentando grandes problemas que trascienden hacia muchos ámbitos. Muestra de ello es que la categoría de consumo ocupa el tercer lugar al provocar presión sobre el uso del agua y la tierra, y el quinto en el uso de materias primas y emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de acuerdo con la Agencia Europea de Medio Ambiente.

Esto se ve motivado por el hecho de que, por año, se crean alrededor de 50 colecciones de ropa (UNIR, 2022) alentando el consumo frecuente, lo cual no es favorable para la prevención del impacto ambiental negativo.

Solo la generación de desperdicios repercute en la crisis de residuos. Se estima que anualmente los desechos sólidos generados por la industria textil ascienden a 92 millones de toneladas (Texlimca, 2024). Asimismo, se estima que aporta al 10% de la emisión de gases de efecto invernadero del planeta y que el 1.5% del presupuesto de consumo energético corresponde a esta industria.

En cuanto a la contaminación del agua, esta industria es responsable del 20% de la contaminación de agua potable a nivel mundial, según datos del Parlamento Europeo. En el 2020 fue la tercera fuente de degradación de agua y suelo, según datos de la Agencia Europea de Medio Ambiente.

El diseño de políticas sustentables es posible que sea un desafío trascendental para esta industria, puesto que para el 2020 se requirieron 4.000 millones de m³ de agua azul, lo que equivale a 9 m³ por persona y 20.000 millones de m³ de agua verde, lo que equivale a 44 m³ por persona, con datos al 2024. Para contrarrestar los efectos han aflorado empresas que se ofrecen servicios de renta de ropa, de tal manera que los clientes no tienen que adquirir ropa nueva constantemente.

En medio de este panorama, es menester recordar que no necesariamente el comportamiento del consumidor lo determina la política sustentable de la empresa. Aun cuando emerjan mercados con nuevas tecnologías que imponen estilos de vida "amigables con el ambiente", el consumidor no define la gestión del producto y el residuo que se genera en el ciclo de vida este.

Un avance importante ha sido el hecho de que las empresas cuenten con mecanismos de monitoreo frecuentes en los que se logra identificar los ciclos de un determinado producto "desde la cuna hasta la puerta", incluyendo el empaque y el embalaje. En esta misma línea, los indicadores asociados a la política sustentable permiten conocer solo una parte del impacto ambiental que promueve determinado proceso productivo.

El fast fashion es un ejemplo claro de una tendencia que suma riesgos. Frente a ella y otras industrias contaminantes, es fundamental el establecimiento de una política sustentable en las empresas que requiere una estructura sólida que comprometa la ética organizacional, los recursos económicos, los cambios en la gestión de los procesos y la inversión en nuevas tecnologías limpias, la renovación de sistemas de control y las mutaciones en la forma de dirigir y administrar. Por lo tanto, su ética es el eslabón fundamental para la transformación e integración de los principios de la naturaleza, cuya retribución se expresa en el desempeño financiero.

**La autora es coordinadora de la Cátedra de Ambiente y académica de la Escuela de Administración de la Universidad Nacional (UNA).*