

Análisis del caso: Fast Fashion Business Wars

García Juárez, Karla Dennise

2022-07-15

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/5496>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>



Universidad Iberoamericana Puebla

Simulación de Negocios

Mtra. Selene Itzia Pérez Martínez

Integrantes:

Karla Denisse García Juárez

Ana María García Bardales

“Análisis del caso: Fast Fashion Business Wars”

23 de junio del 2022

En este trabajo abordaremos el caso de la industria de Fast Fashion a lo largo de los años y sobre cómo las grandes compañías que lideran la industria han abordado el modelo de negocio de diferentes maneras pero con el mismo objetivo. Se pretende destacar las estrategias principales y las consecuencias de las mismas para las compañías, los consumidores y entorno que rodea la industria, buscando plantear el panorama real de la situación y las causas de tales acciones.

I. Identificación y explicación de las empresas protagonistas

Sin duda alguna, hoy en día existen muchas empresas competentes en el mercado de la moda, pero es importante mencionar aquellas empresas pioneras en este sector al que llamamos Fast Fashion. El podcast destaca a estas empresas pioneras en el mercado como grandes protagonistas de la moda al vender ropa a un precio más accesible para la sociedad.

Tenemos a H&M, una empresa sueca que inició con el gran diseñador de Chanel Karl Lagerfeld enfocada a la venta de ropa para toda la familia y crea publicidad con modelos influyentes que genera cierta expansión por el mundo; Zara como marca española fundada por Amancio Ortega y como tienda de moda rápida, se enfoca en disminuir los plazos de entrega de las colecciones, haciendo que la variedad de piezas fuera prácticamente infinita e invitaba a los consumidores a adquirir mucho más en un lapso corto de tiempo.

Encontramos también a Topshop como marca referente del estilo en la moda que nace como una pequeña sección en el sótano de unos grandes almacenes en 1964 y se inaugura como tienda física en Londres con una colaboración de diseñadores; Forever 21, como una cadena de tiendas que venden ropa a bajo precio para hombres y mujeres jóvenes (adolescentes, preadolescentes), y Shein como tienda online que aprovecha las tendencias que surgen de las redes sociales y fabrica ropa deseable y ultra barata para ponerla en manos de los clientes en cuestión de días gracias a su propia manufacturación de las prendas sin intermediarios.

II. Identificación y explicación de los problemas estratégicos de la industria de fast fashion

La vestimenta ha sido necesaria y predominante en los seres humanos, ya que refleja la personalidad y los gustos de cada persona, la evolución de los diseños de la ropa ha generado controversias, individualidades, amistades y en cierta época la aprobación de ciertas clases sociales debido a la calidad o la marca de la ropa que uno mismo utiliza. Fast fashion ha sido un mercado creado para llevar el alcance de la moda a todas las personas que se permita utilizarla con un precio accesible.

Sin embargo, con el paso del tiempo han surgido ciertos problemas en el mundo debido al gran impacto que ha generado, ya que la alta demanda de las prendas en la industria textil ha creado la necesidad de comprar más con el paso del tiempo, a tal grado que ciertas empresas pioneras de fast fashion llegan a producir demandas inimaginadas que sobrepasan su producción, creando una alta contaminación ambiental, pues el hecho de usar y tirar, es la causa principal de muchos impactos medioambientales y la pérdida del valor económico. Hoy en día se les pide tener cierta responsabilidad social, que maneja de manera positiva la disminución de producción al reutilizar telas de productos ya producidos.

III. Investigación del contexto actual de la industria de fast fashion

El mercado de Fast Fashion si bien se caracteriza por llenar el mercado con grandes volúmenes de ropa para satisfacer las tendencias cambiantes y crear un consumismo acelerado en las personas. Todo ocurre en lapsos de tiempo breves endonde la ropa producida es prácticamente desechable debido a los materiales de tan baja calidad que permiten precios baratos y poca durabilidad.

Hoy en día, de acuerdo a los modelos de negocio basados en fast fashion, la industria produce decenas de colecciones de ropa al año. Esto mismo a su vez incurre en que los trabajadores y manufactureros de prendas a nivel mundial trabajan de 14 a 16 horas diarias para poder alcanzar la demanda de prendas que se necesitan para inundar los mercados de ropa de manera rápida. Podemos decir que en 2020, en plena pandemia, se esperaba que las ventas en la industria alcanzarán alrededor de 664 mil millones de dólares a nivel mundial; lo que podría medirse en miles de millones de prendas de ropa producidas y desechadas. (Greenpeace, 2021)

En la actualidad donde el cambio climático es una cuestión que exige estricta

sensibilización, podemos encontrar que la industria tiene un impacto nocivo para el planeta en el entendido de que representa el 10% de las emisiones de CO2 a nivel global. (Greenpeace, 2021). En conjunto con el impacto ambiental están las desigualdades sociales asociadas a la producción de prendas que sigue siendo algo constantemente denunciado por las entidades de derechos humanos, e incluso en la actualidad tenemos las alarmantes noticias relacionadas con mensajes de auxilio en las etiquetas de ropa de trabajadores de una de las más grandes empresas de fast fashion en el mundo; Shein.

IV. Recomendaciones vinculadas a la acción para el caso

Abordando el conflicto e impacto que ha tenido y que sigue teniendo la industria de fast fashion, encontramos pertinente hacer recomendaciones desde dos parámetros; el primero desde la perspectiva de cliente, considerando que vivimos en el siglo del consumismo y que este mismo es el que nos define dentro de la sociedad. La sociedad se encuentra hiperestimulada por anuncios, marketing digital, estereotipos, influencers, etc y es por eso que como primera recomendación es ser más conscientes sobre nuestras compras, sobre las marcas que seguimos y lo que hay detrás de ellas, y evitar ser víctimas del consumismo. (Bazaar, 2021)

El segundo va relacionado con las conductas y prácticas dentro del modelo de negocio adoptado por compañías de la industria de fast fashion. Han salido a la luz tragedias dentro de las cadenas de suministros de las grandes compañías donde principalmente se destacan las condiciones laborales precarias en las que trabaja más del 90% de las personas en el sector manufacturero de países como Bangladesh, India, China, Camboya y otras más, con jornadas laborales superiores a 75 horas a la semana y 1 día libre al mes; sin tomar en cuenta la exposición a químicos y sustancias que dañan a la salud. Aunado a esto está el impacto ambiental mencionado anteriormente, por lo que consideramos como recomendación el restablecimiento de las cadenas de suministro dentro de la industria junto con el sacrificio del bajo costo de los productos por cuestiones referentes a condiciones laborales justas y prácticas amigables con el medio ambiente, así como la reducción de desperdicios y utilización de materiales no contaminantes tanto en los procesos productivos como en las prendas finales.

Referencias

Bazaar. (2021). *Consumismo, la "enfermedad" del siglo XXI ante una industria de la moda que busca la sostenibilidad*. Obtenido de Bazaar: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a36461787/consumismo-industria-moda-busqueda-sostenibilidad/>

Greenpeace. (2021). *Fast fashion: de tu armario al vertedero*. Obtenido de Greenpeace: <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>

Vanguardia. (2022). *Empleados de Shein envían aterradores mensajes de auxilio en las etiquetas de la ropa*. Obtenido de Vanguardia: <https://vanguardia.com.mx/noticias/empleados-de-shein-envian-aterradores-mensajes-de-auxilio-en-las-etiquetas-de-la-ropa-EX2707530>