

ESTUDIO SOBRE LA SOSTENIBILIDAD Y LA CIRCULARIDAD DE LA MODA EN CANARIAS



CANARIAS
islas de moda

proexca
impulsar, atraer, crecer

 Gobierno
de Canarias

EDICIÓN

NOVIEMBRE 2024

REALIZADO POR



AGILE SELLER
RETAIL CHANGE MANAGEMENT

ÍNDICE

Prólogo

5

Introducción

7

Análisis Temático

15

01. MATERIALES SOSTENIBLES

17

02. PRODUCCIÓN TRANSPARENTE

21

03. DISEÑO ECOLÓGICO

25

04. USO RESPONSABLE Y CIRCULARIDAD
DEL PRODUCTO

31

Casos de éxito y best practices

37

Retos y oportunidades

51

01. Del Backstage al Front-Row:
Poniendo el foco en los materiales

53

02. Ecodiseño. Más allá de la tendencia

57

03. Circular is the New Black

61

04. Objetivo: Zero waste

65

05. Cómo trabajar una comunicación
transparente

69

Recomendaciones

75

Referencias

83

PRÓLOGO

Es un honor compartir el *Estudio sobre la Sostenibilidad y Circularidad de la Moda en Canarias 2024*, un documento que representa el firme compromiso de Canarias con la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo económico responsable. Este trabajo es un ejemplo del esfuerzo colectivo para convertir nuestra industria textil en un referente internacional, alineado con los valores y retos de un mundo en constante transformación.

Proexca desempeña un rol crucial en este proceso, actuando como puente entre las marcas canarias y las oportunidades globales. A través de la promoción de la internacionalización, Proexca apoya la adaptación de las empresas locales al exigente entorno normativo y competitivo de la Unión Europea.

Por este motivo, hemos impulsado iniciativas de apoyo a la moda, como *Slow Fashion Canarias*, que no solo buscan posicionar a nuestros diseñadores en mercados globales, sino también fomentar un modelo de desarrollo local que respete nuestro entorno y potencie nuestras singularidades.

Este estudio ofrece una radiografía exhaustiva de la situación actual de la moda sostenible en Canarias, destacando los avances y desafíos que enfrentamos en nuestra transición hacia modelos sostenibles y circulares.

Quiero destacar especialmente la importancia de este trabajo como herramienta de transformación. Sus resultados no sólo subrayan el talento de nuestros diseñadores, sino que también proporcionan una hoja de ruta clara para seguir avanzando.

Desde Proexca, reafirmamos nuestro compromiso con este cambio, ofreciendo el apoyo necesario para que nuestras empresas puedan superar las barreras actuales y aprovechar las oportunidades que surgen de un mercado global cada vez más consciente y exigente.

Agradecemos a todas las personas y entidades que han participado en la elaboración de este estudio, cuyo impacto trasciende del sector de la moda, contribuyendo a posicionar a Canarias como un modelo de innovación sostenible. Es momento de actuar con ambición y determinación, transformando nuestra industria textil en un motor de cambio y orgullo para nuestra comunidad.

Invito a cada lector de este informe a formar parte activa de esta transformación. Juntos, podemos demostrar que la moda sostenible no solo es posible, sino que es el futuro.



Alfonso Cabello,
Viceconsejero de Presidencia y
Presidente de Proexca

INTRODUCCIÓN





OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El **Estudio sobre la Sostenibilidad y la Circularidad de la Moda en Canarias** tiene como objetivo principal diagnosticar el estado actual de la sostenibilidad y circularidad en la industria textil y de accesorios en Canarias.

Desde un enfoque práctico, busca detectar oportunidades de mejora para fortalecer la competitividad de las marcas locales, ofreciéndoles herramientas estratégicas para destacar en mercados globales y alinear los objetivos locales con las tendencias globales, así como facilitar la adaptación a normativas y estándares internacionales.

1. Diagnosticar el estado actual de sostenibilidad y circularidad

2. Detectar oportunidades de mejora

3. Fortalecer la competitividad internacional de las marcas locales

4. Alinear los objetivos locales con las tendencias globales

5. Facilitar la adaptación a normativas y estándares internacionales

Diagnosticar el estado actual de sostenibilidad y circularidad

El primer paso para impulsar la sostenibilidad y circularidad de las marcas locales es entender su situación actual. Este diagnóstico proporciona una visión integral de las prácticas de las marcas, permitiendo identificar sus fortalezas y áreas de mejora, tanto a nivel interno como frente a competidores globales.

La recopilación de datos a través de la app web www.r-evolucionmoda.com no solo ofrece un panorama claro, sino que también crea una base para decisiones estratégicas. Este diagnóstico es el punto de partida para proponer mejoras y alinear los esfuerzos locales con las tendencias internacionales.

Detectar oportunidades de mejora

La sostenibilidad y la circularidad no solo reducen el impacto ambiental, sino que representan una ventaja competitiva en muchos mercados internacionales más sensibles a estos conceptos. Este objetivo explora cómo las marcas pueden implementar prácticas que respondan a las demandas de los consumidores y reguladores globales.

- Analizar las prácticas de economía circular ya implementadas, como reciclaje, ecodiseño y reutilización.
- Examinar la viabilidad de modelos innovadores, como:
 - Reventa: Introducir plataformas que permitan la compra y venta de prendas de segunda mano.
 - Alquiler de prendas: Explorar el mercado emergente del alquiler de moda.
 - Programas de devolución: Implementar sistemas que incentiven a los consumidores a devolver productos al final de su vida útil.
- Proponer soluciones prácticas para optimizar la cadena de suministro, incluyendo:
 - Reducción de residuos.
 - Mejora en la logística para reducir costes y tiempos.

La economía circular no solo es viable en Canarias, sino que podría convertirse en un pilar distintivo del sector. Este enfoque ofrece respuestas específicas adaptadas al contexto insular, alineando las marcas con tendencias globales como el reciclaje y el uso eficiente de recursos.



Fortalecer la competitividad internacional de las marcas locales

En un mercado global cada vez más competitivo, la sostenibilidad puede ser el diferencial clave de las marcas canarias. Este objetivo se centra en fortalecer su capacidad para competir internacionalmente, aprovechando sus atributos únicos.

- Identificar herramientas y estrategias que permitan a las marcas diferenciarse por su compromiso con la sostenibilidad.
- Documentar casos de éxito y buenas prácticas dentro de Canarias, utilizando ejemplos concretos que sirvan como modelo.
- Posicionar a Canarias como un referente de moda sostenible, destacando el valor añadido de sus producciones locales y su conexión con el turismo sostenible.

En definitiva, este objetivo subraya la oportunidad de vincular la sostenibilidad con la identidad local de las marcas. A través de alianzas estratégicas, las marcas pueden proyectarse como embajadoras de la moda sostenible canaria en mercados internacionales.



Facilitar la adaptación a normativas y estándares internacionales

El cumplimiento normativo y la certificación son fundamentales para acceder a mercados internacionales. Este objetivo se centra en apoyar a las marcas en este proceso, garantizando que se comprenda el nuevo marco regulatorio de la Unión Europea.

- Ofrecer un acompañamiento práctico y personalizado para superar barreras en la implementación de normativas europeas.
- Fomentar la obtención de la certificación revolución como una herramienta de diferenciación.
- Proveer herramientas que permitan medir, mejorar y comunicar el impacto de las marcas, fortaleciendo su credibilidad en mercados externos.

La certificación no solo mejora la percepción de las marcas, sino que el propio proceso de consultoría de sostenibilidad las posiciona como jugadores serios y confiables en mercados internacionales. Este objetivo conecta las normativas con beneficios comerciales claros.

Alinear los objetivos locales con las tendencias globales

La industria de la moda está en constante evolución, marcada por tendencias como la digitalización, la economía de bajo carbono y la trazabilidad. Este objetivo busca conectar los esfuerzos locales con estas dinámicas globales.

- Comparar el desempeño de las marcas locales con promedios globales, utilizando datos de la evaluación de impacto.
- Integrar las marcas canarias en debates internacionales, utilizando referencias como The State of Fashion 2025, el informe anual de McKinsey & Company y BoF Insights
- Fortalecer el storytelling de las marcas, destacando su impacto positivo y compromiso sostenible.

Las marcas locales tienen la oportunidad de posicionarse como líderes en innovación sostenible si se conectan eficazmente con las tendencias globales. Este objetivo permite que Slow Fashion Canarias sea percibido como un movimiento alineado con los estándares a la vanguardia del sector.

METODOLOGÍA

El estudio se basa en un proceso estructurado que combina análisis cuantitativo y cualitativo para evaluar el desempeño de las marcas locales adheridas a *Slow Fashion Canarias*. Este proceso utiliza la metodología agile, una característica propia de Agile Seller, que prioriza la adaptabilidad, la rapidez en la toma de decisiones y la entrega de resultados prácticos en cada etapa.

A través de herramientas digitales, sesiones personalizadas y un enfoque iterativo, la metodología agile permite ajustar las recomendaciones y soluciones a las necesidades específicas de cada marca, maximizando su impacto en el menor tiempo posible. Este enfoque refleja el compromiso de PROEXCA y *Slow Fashion Canarias* con la creación de un sector de moda más consciente, competitivo y alineado con las tendencias internacionales.

PARTICIPACIÓN Y ALCANCE

11 marcas han completado el proceso

Herramienta de diagnóstico:
Evaluación de Impacto de Agile Seller

Puntuación media: 58,6%

- Materiales Sostenibles: 52,9%
- Producción Transparente: 50%
- Diseño Ecológico: 71,4%
- Uso y circularidad: 47,4%

Periodo del proceso: 21 de octubre al
29 de noviembre de 2024

El 76% de las marcas que componen *Slow Fashion Canarias* completaron el proceso de registro en la plataforma www.r-evolucionmoda.com en menos de dos semanas desde la presentación de esta iniciativa en la **Jornada de Moda Sostenible** celebrada el 17 de octubre, lo que indica el alto nivel de interés que ha despertado esta propuesta en el colectivo.

Estas marcas son principalmente diseñadores locales, que basan su producción en técnicas artesanales.

El estudio se llevó a cabo entre **el 21 de octubre y el 29 de noviembre**, permitiendo recopilar datos actualizados que reflejan la situación actual del sector.

Etapas del proceso de certificación

El proceso de certificación en el que se basa este estudio ha sido desarrollado por *Agile Seller*, basado en la **metodología agile**. Utilizando su aplicación web de Evaluación de Impacto como herramienta base, se combina con un Informe de Optimización personalizado y sesiones 1:1 de verificación para comprender la situación de la empresa.

a) Evaluación de Impacto (más información en el [Manual de Usuario de la Evaluación](#)) Es el punto de partida del proceso de certificación. A través de un cuestionario detallado, se recopila información sobre las prácticas actuales de la marca en relación con los cuatro pilares principales de sostenibilidad:

1. **Materiales sostenibles:** Evaluar el origen, certificación y composición de los materiales utilizados en la producción.
2. **Producción transparente:** Medir el nivel de trazabilidad y transparencia en la cadena de suministro, así como el diagnóstico ambiental en el proceso de fabricación.
3. **Diseño ecológico:** Analizar el diseño del producto para minimizar su impacto ambiental y maximizar su durabilidad, así como su reparabilidad y circularidad.
4. **Uso y circularidad del producto:** Examinar cómo la marca incorpora estrategias para prolongar la vida útil del producto, como el reciclaje, la reutilización o programas de devolución.

EVALUACIÓN DE IMPACTO



formato

digital y autónomo*



duración

45 - 60 minutos



beneficio clave

cuántifican en qué punto están

* Algunas marcas han optado por realizar esta evaluación en una **sesión 1:1** por videollamada, aclarando algunos términos y su aplicación concreta a su modelo de negocio a lo largo de la propia sesión de consultoría individual.

Este **diagnóstico inicial** permite a las marcas cuantificar en qué punto realmente se encuentran y dando visibilidad a sus procesos, creando un punto de partida sólido para el desarrollo de estrategias de mejora.

b) Informe de Optimización

Tras la evaluación de impacto, se genera un informe de optimización personalizado.

Este documento incluye:

- Un análisis detallado de los resultados obtenidos en cada sección del cuestionario.
- Recomendaciones específicas para mejorar el desempeño en áreas clave.
- Propuestas de acción priorizadas según su impacto y viabilidad, agrupadas por soluciones, donde se incluyen diferentes aspectos como objetivos, proyectos y herramientas.
- Cada pregunta de la evaluación de impacto está asociada directamente con un proyecto, y estos se agrupan ofreciendo soluciones (o packs de proyectos por temática) para guiar el plan de acción de las marcas.

INFORME DE OPTIMIZACIÓN



formato

documento enviado por email



beneficio clave

resultado y áreas de mejora

c) Reunión de Verificación

En esta etapa, un equipo de expertos en sostenibilidad verifica las respuestas de la evaluación de impacto y analiza con la marca los principales aspectos del informe de optimización.

Esto incluye:

- Analizar los resultados de cada uno de los bloques de la evaluación de impacto.
- Comprobar algunos aspectos prácticos con la marca, como el etiquetado o la información sobre los proveedores.

REUNIÓN DE VERIFICACIÓN



formato

sesión virtual o presencial



duración

60-90 minutos



beneficio clave

autenticación de respuestas

La verificación se realiza mediante una reunión virtual o presencial, con una duración entre 60 a 90 minutos, que es grabada con el fin de analizar posteriormente las respuestas (grabación es privada y eliminada en el plazo máximo de 30 días). En este caso, se ha realizado de forma virtual en el 100% de los casos.

Incluye la presentación de evidencias por parte de la marca (documentación, fotografías, muestras de productos, etc.), aunque no es necesario que se envíe esta documentación para garantizar la seguridad de los datos facilitados, de acuerdo con la Ley de Secretos Profesionales 5/2019.

Al finalizar la reunión, se envía un **Acta de Verificación** que resume los principales aspectos, pero sin incluir cuestiones de carácter confidencial. Todas las actas del proceso llevado a cabo con *Canarias Islas de Moda* se han facilitado a PROEXCA como garantía del proceso.

Esta etapa garantiza que la certificación se basa en cuestiones cuantificables y verificadas por terceros, según exige la **Directiva 825/2024** de la Unión Europea para distintivos de sostenibilidad.

d) Obtención de la Certificación

Finalmente, las marcas que cumplen con los requisitos establecidos reciben la certificación *re-evolución*, reconocida a nivel europeo como un sello de sostenibilidad.

Este distintivo:

- Refuerza la confianza de consumidores, socios y/o posibles inversores en la marca.
- Facilita el acceso a mercados internacionales, donde la sostenibilidad es un criterio de compra con creciente demanda.



Entrega y uso:

- Las marcas reciben por correo electrónico el sello oficial, así como la Guía de Uso de la Marca sobre cómo incluirla en sus comunicaciones.
- El certificado está disponible para descarga en su perfil de usuario de la plataforma de certificación.
- También son incluidas en un directorio de marcas certificadas, aumentando su visibilidad en mercados clave.

Aspectos finales sobre esta metodología

El uso de la **metodología agile** en este estudio ha permitido que cada etapa del proceso de certificación sea altamente efectiva y personalizada. Este enfoque garantiza que los diseñadores no solo reciban un diagnóstico claro de su situación actual, sino también un plan de acción práctico que prioriza soluciones viables y alineadas con sus recursos y capacidades.

Al combinar herramientas digitales con un acompañamiento experto, se logra un equilibrio entre la automatización de procesos y el soporte humano, asegurando que cada marca avance a su ritmo y de manera real. Esta metodología también ha permitido que el estudio sea adaptable a las particularidades del contexto insular, abordando retos como la dependencia de importaciones y la limitada infraestructura local para la economía circular.

El enfoque agile no solo ha sido clave para este estudio, sino que sienta las bases para futuros proyectos en *Slow Fashion Canarias* que busquen impulsar la sostenibilidad y circularidad en la moda, posicionando al archipiélago como un referente internacional en innovación y responsabilidad en la industria textil y de accesorios.



ANÁLISIS TEMÁTICO



01. materiales sostenibles

¿Por qué son tan importantes los materiales?

La elección de materiales es uno de los pilares fundamentales para transformar la industria textil hacia un modelo más sostenible y circular. Los materiales no solo determinan la huella ambiental de una prenda durante su producción, sino que también influyen en su durabilidad, capacidad de reciclaje y el impacto al final de su ciclo de vida.

Según datos recientes del *Fashion Transparency Index 2024*, aproximadamente el 60% de los materiales utilizados en la producción textil global son sintéticos derivados de combustibles fósiles, como el poliéster, lo que contribuye significativamente a las emisiones de gases de efecto invernadero y a la contaminación por microplásticos.

La creciente demanda de materiales sostenibles refleja el compromiso del sector por reducir su impacto. Desde fibras orgánicas hasta materiales reciclados y alternativas innovadoras basadas en biomateriales, las marcas están explorando opciones que no solo minimicen su huella ambiental, sino que también mejoren su competitividad en mercados donde la sostenibilidad es un criterio clave.



En el contexto de *Slow Fashion Canarias*, la elección de materiales sostenibles puede ser una ventaja estratégica para las marcas locales, diferenciándose en un sector global cada vez más exigente.

Materiales locales y artesanales

En Canarias, las marcas pueden explorar materiales locales que destaquen por su bajo impacto ambiental y alto valor cultural, como fibras vegetales o tejidos tradicionales reinterpretados desde una óptica sostenible.

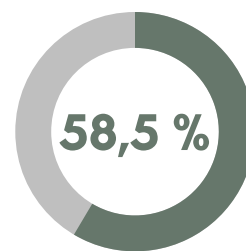
Un ejemplo es la **producción local de seda** en La Palma. La industria de la seda tuvo un importante peso en la economía de la isla desde el siglo XVI. Hoy en día esta antigua artesanía se mantiene en el taller de *Las Hilanderas El Paso*, municipio sedero por excelencia y el último reducto en Europa en conservar el proceso totalmente manual.

Otro área de desarrollo es la utilización de materiales creados a partir de residuos vegetales, como las **fibras textiles de plataneras**.

VALORACIÓN DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO



En el análisis de las marcas de *Slow Fashion Canarias*, en la sección de materiales sostenibles han obtenido un 58,52% como media.



KEY POINTS: PROVEEDORES Y COMUNICACIÓN

- Las marcas participantes buscan proveedores que les ofrezcan **materiales sostenibles**, pero **no disponen de un sistema de trazabilidad básico**, lo que limita su capacidad para comunicar de manera transparente su impacto positivo.
- Alta disposición de las marcas a **explorar materiales innovadores** que refuercen su apuesta por la sostenibilidad.
- Trabajan con proveedores nacionales, pero **desconocen el origen de las materias primas** lo que resta transparencia a su cadena de suministro.
- Aunque la mayoría de los materiales utilizados disponen de **certificaciones reconocidas**, como GOTs, BCI o GRS, **no comunican** esta información en sus etiquetas de producto.

Pregunta Evaluación de Impacto

1. ¿Cómo evalúa su empresa la sostenibilidad y el impacto ambiental de los tejidos y tintes utilizados en sus productos?

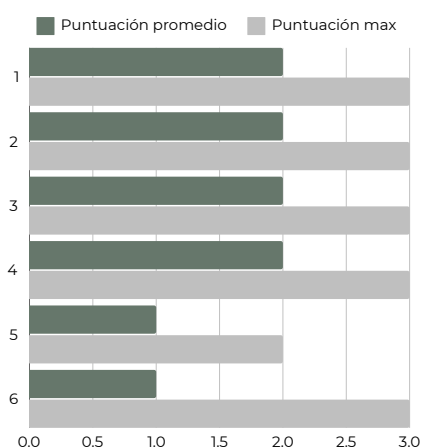
2. De los materiales naturales utilizadas en tus productos, ¿qué porcentaje están certificadas como sostenibles (orgánicas, regeneradas, o provenientes de agricultura regenerativa)?

3. ¿Qué porcentaje de materiales reciclados o fibras de origen reciclado se utiliza en tus productos?

4. ¿Qué porcentaje del poliéster utilizado en sus productos proviene de fuentes recicladas?

5. ¿En qué medida utiliza su empresa materiales reutilizados o tejidos recuperados en la producción de sus productos?

6. ¿Los tintes y acabados utilizados en la producción de sus productos cumplen con la normativa europea REACH y el Reglamento de Microplásticos (2023)?





- Optimización de recursos locales: Trabajar con cooperativas y pequeños productores para fomentar un sistema circular dentro del archipiélago, reduciendo la dependencia de importaciones.

En definitiva, los materiales sostenibles no solo deben ser una herramienta para reducir el impacto ambiental, sino también un motor de innovación, identidad y valor diferencial para las marcas que buscan liderar el cambio hacia una moda más consciente.

Innovación en materiales

La innovación en materiales representa una oportunidad estratégica para las marcas de Slow Fashion Canarias. Adoptar soluciones locales e innovadoras no solo permite reducir el impacto ambiental, sino que también fortalece su conexión con la identidad regional y su competitividad en mercados internacionales.

- Materiales derivados del plátano: Aprovechar los residuos agrícolas del plátano, uno de los cultivos más representativos del archipiélago y trabajar con fibras textiles sostenibles.
- Colaboración con artesanos locales: Revalorizar la seda y otros materiales autóctonos mediante técnicas tradicionales adaptadas a las demandas del consumidor actual.
- Uso de biomateriales personalizados: Introducir alternativas como Piñatex® o tejidos basados en algas marinas, que refuercen la narrativa sostenible y única de las marcas locales.



02. producción responsable

¿Por qué la transparencia es clave en la producción textil?

La transparencia implica garantizar que cada etapa de la cadena de suministro de una prenda sea trazable, ética y sostenible. Este concepto abarca desde el origen de las materias primas hasta las condiciones laborales en las fábricas y la comunicación clara de estas prácticas al consumidor final. En un sector como el de la moda, donde participan tantos agentes geográficamente muy dispersos, la falta de transparencia ha generado críticas y desconfianza. La producción transparente no solo es una necesidad ética, sino también un requisito estratégico para las marcas que desean destacar en el mercado global.

Según datos del *Fashion Transparency Index (2024)*, solo el 50% de las grandes marcas de moda publican información sobre sus prácticas de sostenibilidad, mientras que la mayoría sigue sin ofrecer datos verificables sobre sus cadenas de suministro. Para *Slow Fashion Canarias*, trabajar desde la transparencia no solo refuerza la confianza de sus clientes, sino que también posiciona a las marcas locales como referentes en moda ética y responsable.



Aspectos clave de la producción transparente en la moda

La transparencia no es un aspecto aislado; forma parte integral de un sistema ético y sostenible. Pero, ¿cómo se logra? ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta para una producción transparente?

01. Trazabilidad de la cadena de suministro

- Conocer el origen de las materias primas, los procesos de transformación y las condiciones laborales en todas las etapas de la producción.
- Garantizar que los proveedores cumplan con estándares ambientales y sociales reconocidos.

02. Cumplimiento ético y legal

- Respetar los derechos laborales y garantizar salarios justos para los trabajadores.
- Minimizar los impactos ambientales mediante la adopción de prácticas sostenibles y responsables.

03. Comunicación transparente

- Proveer información clara y verificable sobre las prácticas de producción, mediante etiquetados, certificaciones y canales digitales accesibles al consumidor.

04. Herramientas de seguimiento

- Incorporar herramientas como el *Pasaporte Digital de Producto*, que permite rastrear y comunicar la procedencia de los materiales y el impacto ambiental de cada prenda.

VALORACIÓN DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO

En este bloque, el resultado promedio es de 52,94%.

Preguntas Evaluación de Impacto

7. ¿Cuál es el modelo de producción predominante en su empresa? ¿Resulta ágil adaptarse a cambios en la demanda, las tendencias del mercado o los requisitos de sostenibilidad?

8. ¿Cuenta su empresa con un sistema de trazabilidad que permita conocer la cadena de valor completa, desde la materia prima hasta el producto final?

9. ¿Cómo garantiza su empresa el cumplimiento de los estándares sociales y laborales en toda su cadena de suministro, especialmente en lo referente a las condiciones de trabajo en las fábricas, los salarios y los derechos de los trabajadores?

10. ¿Cómo gestiona su empresa los residuos textiles generados en su proceso productivo y en la postventa? ¿Cuenta con un plan de recogida selectiva de textiles?

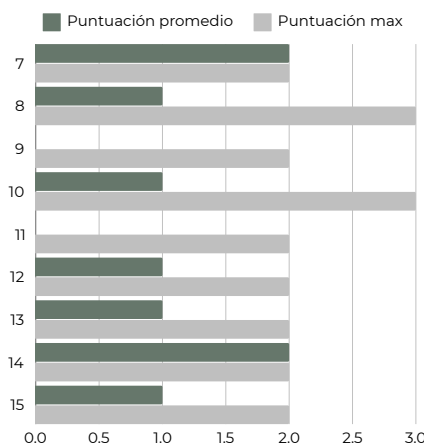
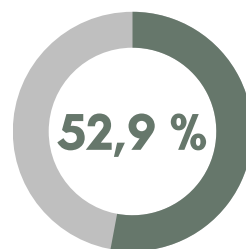
11. ¿La empresa ha llevado a cabo alguna evaluación o medición de las emisiones de gases de efecto invernadero derivadas de su proceso productivo (huella de carbono)?

12. ¿Qué medidas ha implementado su empresa para reducir el consumo de agua en sus procesos productivos (incluyendo proveedores) y en sus instalaciones?

13. ¿Qué acciones ha llevado a cabo su empresa para mejorar la eficiencia energética de sus procesos productivos (incluyendo proveedores) e instalaciones?

14. ¿Qué porcentaje de sus productos son fabricados localmente? ¿Cuáles son los principales factores que influyen en su decisión de producir localmente?

15. ¿Cómo comunica su empresa a los consumidores información sobre sus prácticas de producción sostenible? ¿Utiliza algún tipo de etiquetado o certificación específica (por ejemplo, Ecolabel, FSC) para respaldar sus afirmaciones?



KEY POINTS: ¿TRANSPARENCIA?

- Las marcas muestran un alto nivel de **flexibilidad** para adaptarse a los cambios en la demanda, gracias a la **producción local**
- Ausencia de un **diagnóstico ambiental**, tanto en huella de carbono como en eficiencia en recursos hídricos y energéticos, lo que refleja un margen amplio para la mejora
- Solo una minoría cuenta con un **sistema de trazabilidad** de la cadena de valor, lo que dificulta demostrar prácticas sostenibles, cumplir con certificaciones internacionales y evitar riesgos asociados al **greenwashing**
- Aunque algunas marcas tienen prácticas iniciales, la falta de un plan formal de **gestión de residuos** sigue siendo una barrera importante en el cumplimiento normativo

Impacto de la transparencia en la Industria Textil en Canarias

La implementación de prácticas de producción transparente implica un impacto significativo en múltiples aspectos para los diseñadores y las marcas locales de *Slow Fashion Canarias*:

- **Confianza del consumidor:** Los clientes valoran la honestidad y claridad en las marcas, especialmente cuando toman decisiones de compra basadas en criterios éticos.
- **Competitividad en mercados internacionales:** Cumplir con normativas y certificaciones reconocidas, como GOTS o Fair Trade, facilita la entrada a mercados globales donde la sostenibilidad es un factor diferenciador.
- **Cumplimiento normativo:** Normativas como la Directiva UE 2024/825 exigen transparencia, datos verificables y verificación por parte de terceros de las afirmaciones medioambientales, para evitar el greenwashing y garantizar el compromiso ambiental de las empresas.
- **Innovación en la cadena de valor:** La transparencia fomenta la colaboración con proveedores responsables y la implementación de tecnologías avanzadas, como blockchain, para garantizar la trazabilidad.



03.

diseño ecológico

*Simplicity
is living
more lightly.*



¿Qué es el ecodiseño?

El diseño ecológico o *ecodiseño* es un enfoque de diseño que integra criterios ambientales en todas las etapas del ciclo de vida de un producto, desde la selección de materiales hasta su disposición final. Este enfoque busca minimizar el impacto ambiental, maximizar la eficiencia en el uso de recursos y promover la circularidad, asegurando que los productos sean duraderos, reparables y reciclables.

En el sector textil, el ecodiseño no solo responde a una necesidad ambiental urgente, sino que también ofrece oportunidades para mejorar la competitividad y satisfacer las expectativas de consumidores cada vez más conscientes. Según datos de *McKinsey & Company (2024)*, el 70% de los consumidores europeos valora la durabilidad y sostenibilidad de los productos al tomar decisiones de compra.

Para las marcas de *Slow Fashion Canarias*, el ecodiseño es clave para mejorar sus procesos y la transparencia de la cadena de suministro a través de herramientas como el *Pasaporte Digital de Producto*.



Principios de Ecodiseño aplicados al sector de la moda

El ecodiseño no es exclusivo del sector textil y de los accesorios, aunque sus principios se pueden aplicar fácilmente al sector:

- Selección de materiales sostenibles (desarrollado en el apartado anterior)
 - Optar por fibras naturales, recicladas o de origen orgánico.
 - Garantizar la trazabilidad de los materiales utilizados.
- Diseño atemporal y duradero:
 - Diseñar prendas atemporales, no vinculadas a las tendencias o estacionalidad.
 - Crear prendas resistentes al desgaste, con acabados de alta calidad.
 - Facilitar reparaciones mediante diseños modulares o piezas intercambiables.
- Circularidad en el diseño:
 - Incorporar materiales fácilmente separables para su reciclaje.
 - Diseñar productos que puedan desensamblarse al final de su vida útil.
- Reducción de residuos:
 - Diseñar patrones que minimicen el desperdicio en el corte de tejidos.
 - Implementar el upcycling como parte del proceso creativo.

El Reglamento de Diseño Ecológico de la UE (2024)

En junio de 2024, la Unión Europea aprobó el *Reglamento del Diseño Ecológico* como parte de su estrategia de economía circular y su compromiso con el *Pacto Verde Europeo*. Este reglamento establece criterios obligatorios para el diseño sostenible de productos textiles, electrónicos y otros bienes de consumo.

Principales aspectos recogidos:

- **Durabilidad y reparabilidad:** Garantizar que los productos tengan una vida útil prolongada y puedan repararse fácilmente (incorporando el concepto “derecho a reparar”)
- **Eficiencia en el uso de recursos:** Reducir el consumo de energía y materiales durante la producción.
- **Facilitación del reciclaje:** Diseñar productos que puedan desensamblarse y reciclarse de manera eficiente.
- **Prohibición de sustancias peligrosas:** Limitar el uso de productos químicos perjudiciales para la salud y el medio ambiente.
- El Reglamento de Diseño Ecológico no solo busca reducir el impacto ambiental, sino también **fomentar la innovación y la competitividad** en el mercado europeo.

En definitiva, los materiales sostenibles no solo deben ser una herramienta para reducir el impacto ambiental, sino también un motor de innovación, identidad y valor diferencial para las marcas que buscan liderar el cambio hacia una moda más consciente.



Impacto en el sector textil

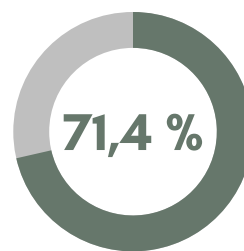
Este reglamento se desarrollará en los próximos meses en *actos delegados*, donde se concretarán todos los aspectos a desarrollar para cada una de las industrias implicadas en esta normativa. El sector de la moda es prioritario en este calendario, por lo que se espera que a lo largo de 2025 se concreten las medidas y se defina su implantación en el marco de los próximos 2-3 años.

- **Pasaporte Digital de Productos:** Los textiles deberán incluir información sobre su durabilidad, composición y reciclabilidad, facilitando decisiones de compra responsables.
- **Derecho a reparar:** Además de una instrucciones claras para el cuidado y uso de las prendas, también se incluirán opciones básica de reparación (como botones de sustitución) y servicios de reparación siempre que sea posible.
- **Estrategias de diseño obligatorias:** Las marcas deberán demostrar cómo integran el ecodiseño en sus productos.

VALORACIÓN DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO



El resultado global de Diseño Ecológico es el más alto de la Evaluación de Impacto, con un 71,43% como media de las marcas de Slow Fashion Canarias.



KEY POINT: SOSTENIBILIDAD POR ENCIMA DE TODO

- La sostenibilidad es el pilar fundamental de todas las marcas, por encima de otros criterios como inspiración o tendencias.
- Las marcas diseñan sus productos fuera del calendario convencional de la industria de la moda, apostando siempre por diseños atemporales y de calidad.
- La durabilidad es un elemento clave, aunque no disponen de un índice o sistema cuantitativo de valoración.
- Escasa integración de los sistemas de etiquetado que indique la composición principal del producto, instrucciones de uso y/o cuidado o reciclabilidad.
- El *derecho a reparar* se percibe como una oportunidad para reforzar su comunicación de marca, pero no está integrado actualmente en su modelo de negocio.
- Necesidad de formación en principios avanzados de ecodiseño y herramientas tecnológicas para su trazabilidad (Pasaporte Digital de Producto).

Preguntas Evaluación de Impacto

16. ¿Cuántas colecciones lanza la marca al año y cuál es su frecuencia?

17. ¿Cómo definiría el diseño de su marca de moda?

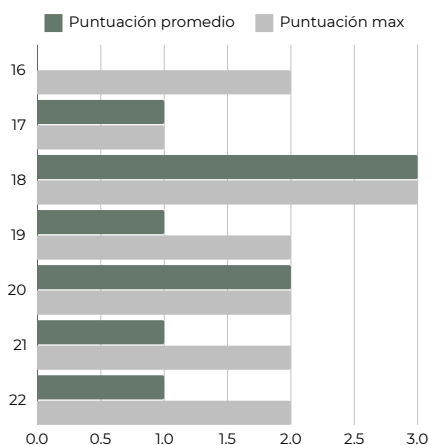
18. ¿Qué aspectos son prioritarios en el diseño de los productos?

19. ¿Qué elementos de diseño de sus productos apuestan por el derecho a reparar?

20. ¿Qué prácticas de diseño ha incorporado su marca para fomentar la economía circular en la producción de sus productos?

21. ¿Qué iniciativas lleva a cabo la marca para fomentar la economía circular en el mercado?

22. ¿Cuáles son los sistemas de reciclaje o upcycling que utiliza para dar una segunda vida a los residuos textiles?



Ecodiseño como Estrategia de Diferenciación

El contexto insular de Canarias presenta desafíos únicos que afectan tanto a la producción como a la distribución en la industria de la moda. Sin embargo, estas mismas características pueden convertirse en oportunidades trabajando desde el ecodiseño. Integrar el ecodiseño con una perspectiva insular permite a las marcas de *Slow Fashion Canarias* trabajar en soluciones para reducir los costes logísticos, como un packaging optimizado que también minimiza la huella de carbono asociada al transporte.

Gracias al clima de Canarias, las marcas locales tienen la oportunidad de destacar a través de diseños atemporales y duraderos que trascienden las tendencias estacionales, reforzando así su compromiso con la calidad y la sostenibilidad.

Además, el ecodiseño permite abordar uno de los grandes retos de la industria textil: la reparabilidad. Integrar opciones prácticas para reparar prendas no solo alarga su vida útil, sino que también fortalece la relación con el cliente, fomentando la fidelización y el valor percibido de la marca.

Por último, la implementación del **Pasaporte Digital de Producto** se presenta como una herramienta clave para reforzar la transparencia y trazabilidad de la cadena de suministro. Este sistema no solo cumple con los requisitos del **Reglamento de Diseño Ecológico** de la UE, sino que también añade valor al storytelling de las marcas, posicionándolas como referentes de innovación sostenible en el contexto insular y global.

De este modo, las marcas de *Slow Fashion Canarias* no solo lideran la transición hacia una moda más consciente, sino que también posicionan a las islas como un epicentro de innovación sostenible en el sector textil.



03.

USO

**responsable y
circularidad
del producto**

Conceptos básicos

Uso Responsable:

El concepto de uso responsable en la moda se refiere a fomentar prácticas de diseño, producción y consumo que maximicen la durabilidad de las prendas y minimicen su impacto ambiental. Esto implica diseñar productos que sean de alta calidad, fáciles de mantener y reparar, y que permitan extender su ciclo de vida. Asimismo, incluye educar a los consumidores para cuidar adecuadamente sus prendas, promover la compra consciente y reducir el desperdicio.

Circularidad:

La circularidad en la moda se centra en rediseñar el ciclo de vida de los productos para mantener los materiales en uso el mayor tiempo posible. Este enfoque desafía el modelo lineal tradicional —usar y desechar— para proponer un sistema regenerativo basado en la reutilización, reparación, reciclaje y regeneración. La circularidad abarca desde la elección de materiales reciclables hasta la implementación de sistemas de recogida y reacondicionamiento de prendas, cerrando el ciclo de vida de los productos textiles.

En conjunto, el uso responsable y la circularidad constituyen una estrategia integral que aborda tanto el diseño como la gestión del ciclo de vida de los productos, alineándose con los principios de sostenibilidad y economía circular.



¿Para qué apostar por estos conceptos?

Los principios del uso responsable y la circularidad no solo son esenciales para reducir el impacto ambiental de la industria de la moda, sino que también ofrecen ventajas competitivas y alinean a las marcas con las expectativas de los consumidores actuales.

01. Extender la vida útil de los productos:

- Diseñar prendas duraderas, de alta calidad y resistentes al desgaste.
- Incorporar componentes modulares o piezas intercambiables que faciliten la reparación y el reacondicionamiento.
- Proveer guías claras para el cuidado de las prendas, ayudando a los consumidores a mantenerlas en buen estado durante más tiempo.

02. Facilitar la reutilización y el reciclaje:

- Crear productos que puedan desensamblarse fácilmente al final de su ciclo de vida.
- Utilizar materiales monofibra o componentes separados para maximizar la recuperación de recursos.
- Implementar programas de recompra de prendas usadas, promoviendo su reacondicionamiento o reciclaje.

03. Promover la economía circular en el consumidor:

- Introducir modelos de negocio innovadores como alquiler, reventa e intercambio de prendas.
- Fomentar programas educativos que sensibilicen sobre la importancia de extender el ciclo de vida de los productos.
- Generar incentivos para que los consumidores participen activamente en programas de reciclaje y reutilización.

Estos principios ofrecen un marco práctico para que las marcas de *Slow Fashion Canarias* no solo reduzcan su impacto ambiental, sino que también refuercen su identidad local y su competitividad en mercados internacionales.



Impacto de la Circularidad

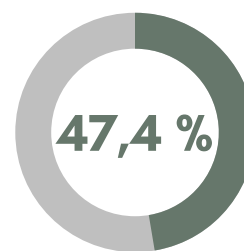
Adoptar estrategias de circularidad aporta beneficios tanto a las marcas como a la industria en general:

- **Reducción de residuos:** Implementar modelos circulares permite minimizar la cantidad de prendas desechadas, contribuyendo a los objetivos de residuos cero y economías de bajo carbono.
- **Conexión con el consumidor responsable:** Los consumidores valoran cada vez más las marcas que les ofrecen opciones para consumir de manera responsable. Modelos como el alquiler o los programas de recompra no solo responden a esta demanda, sino que también fomentan la fidelización del cliente.
- **Cumplimiento normativo:** La legislación europea está avanzando hacia la obligatoriedad de estrategias circulares, incluyendo la recogida selectiva de residuos textiles y la responsabilidad ampliada del productor. Implementar estas prácticas desde ahora posiciona a las marcas en la vanguardia de la sostenibilidad.
- **Innovación en modelos de negocio:** La transición hacia la circularidad ofrece a las marcas locales oportunidades para explorar nuevos modelos de ingresos, como servicios de reparación, venta de productos reacondicionados y alquiler de prendas.

VALORACIÓN DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO



Este resultado es el más bajo de los cuatro bloques, subrayando la necesidad de trabajar la circularidad y la comunicación que desarrollan los diseñadores desde una perspectiva de sostenibilidad y cumplimiento normativo.



KEY POINT: COMUNICACIÓN

- En general, no hay una **estrategia de comunicación** basada en la diferenciación que ofrece la sostenibilidad ni integra conceptos como *consumo responsable* o *circularidad*
- La imagen de marca se centra en los materiales sostenibles y/o técnicas artesanales, pero no trabaja otros aspectos clave en la **comercialización y distribución** del producto, tanto en el punto de venta como en la venta online
- Cabe subrayar que no existe el concepto de **stock sobrante** en ninguna de las marcas

Preguntas Evaluación de Impacto

23. ¿Cómo está trabajando su empresa en la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 en su estrategia y operaciones?

24. ¿Cómo comunica su empresa las prácticas sostenibles en relación a sus productos y operaciones?

25. ¿Qué medidas ha tomado su empresa para promover el consumo responsable y reducir el impacto económico y social asociado con la venta online de sus productos?

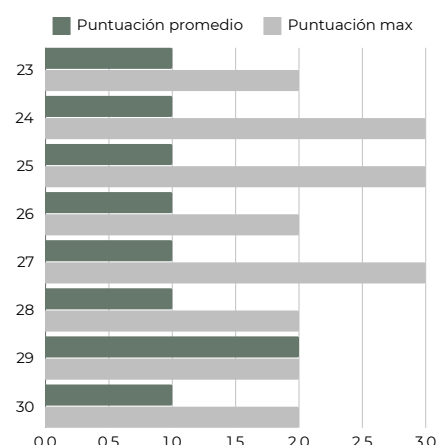
26. ¿Cómo adapta su empresa la presentación de sus productos en el punto de venta para reducir el impacto ambiental?

27. ¿Qué medidas ha tomado su empresa para reducir la huella de carbono asociada al transporte y la distribución de sus productos?

28. ¿Qué porcentaje de materiales reciclados y/o de origen sostenible incluye el embalaje de sus productos?

29. ¿Qué medidas ha tomado la empresa para gestionar de manera sostenible el stock sobrante y reducir el impacto ambiental y social asociado?

30. ¿Cómo empodera su empresa a los consumidores a participar en la economía circular?



Circularidad y el contexto insular

El contexto geográfico de Canarias presenta tanto desafíos como oportunidades únicas para implementar estrategias circulares:

- **Barreras logísticas:** La insularidad dificulta la recolección, tratamiento y reciclaje de productos al final de su vida útil, aumentando los costes asociados a la logística inversa.
- **Oportunidad de colaboración local:** Las marcas pueden trabajar junto a otros sectores estratégicos, como el turismo sostenible, para desarrollar soluciones locales de recolección y reacondicionamiento de prendas. Por ejemplo, ofrecer servicios de alquiler o reventa en destinos turísticos podría ser una forma innovadora de fomentar la circularidad.
- **Creación de empleo local:** La implementación de modelos circulares puede generar empleo en áreas como reparación, reacondicionamiento y gestión de residuos textiles.

En definitiva, el uso responsable y la circularidad no solo representan una solución a los retos ambientales de la industria de la moda, sino también una oportunidad para que *Slow Fashion Canarias* lidere el cambio hacia una moda más consciente y regenerativa. A través de la colaboración, la innovación y el compromiso con la sostenibilidad, las marcas locales pueden posicionarse como referentes globales en circularidad.



A brown cardboard box is positioned diagonally across the frame on a light beige background. Several business cards are scattered around: a white card with 'COSTA' in the top left, a grey card with a logo below it, and a pink card in the bottom left with the text 'quality' and 'ready to wear'.

CASOS DE ÉXITO & BEST PRACTICES

Resumen de los diseñadores y marcas
locales que han participado en este estudio,
en orden alfabético

ALEX MENORCA MODA CON PROPÓSITO + INCLUSIÓN SOCIAL

Alex Menorca es una marca que no solo crea prendas, sino que narra historias de inclusión y compromiso social. Fundada en 2018 por Álex Cortés, diseñador balear originario de Mahón y residente en Tijarafe, la firma ha destacado por incorporar valores de sostenibilidad e inclusión desde sus inicios.

La marca se distingue por colaborar activamente con personas en riesgo de exclusión social, integrándolas en el proceso creativo y de producción, y asociarse con organizaciones sin ánimo de lucro para dar visibilidad a colectivos vulnerables.

Por qué es un ejemplo inspirador

- **Compromiso con la inclusión:** Colabora activamente con personas en riesgo de exclusión social en todas sus colecciones, integrando valores de diversidad e igualdad.
- **Inspiración cultural:** Cada colección cuenta una historia única, como la influencia de los Kalbelia en *Esencia*, que destaca por su enfoque antropológico y artístico.
- **Alianzas locales:** Actualmente, colabora con artesanas de Garafía para prendas de punto y con la firma de joyería Atelier El Tesoro, fomentando la economía local y la sostenibilidad.
- **Visión a futuro:** La marca sigue evolucionando, explorando nuevas técnicas y asociaciones para desarrollar colecciones que combinan artesanía, sostenibilidad e impacto social.



‘Esencia’, una colección premiada con impacto social

En octubre de 2022, Alex Menorca presentó *Esencia*, una colección que refleja su filosofía de diseño comprometido. Inspirada en los "Kalbelia", una comunidad del norte de la India, la colección fusiona el folklore y la estética característica de este grupo mediante el uso de colores vibrantes, encajes tradicionales y asimetrías audaces.

Este trabajo fue galardonado con una mención honorífica en el Certamen de Jóvenes Diseñadores durante la Semana de la Moda de Castilla y León, consolidando a la marca como una referencia en el diseño ético y cultural.

Alex Menorca demuestra que la moda puede ser una herramienta poderosa para el cambio social y cultural, convirtiéndose en un referente de cómo el diseño sostenible e inclusivo puede marcar una diferencia en la industria y en la comunidad.

ALMA & CANARIA

BOLSOS ARTESANALES CON ALMA SOSTENIBLE

Alma&Canaria representa la esencia de la moda lenta y consciente, destacándose como una firma de bolsos hechos a mano con un enfoque en la sostenibilidad y la calidad. La marca combina fibras naturales, algodón, poliéster reciclado y lanas certificadas Oeko-Tex para crear accesorios únicos que reflejan un compromiso con el medio ambiente y la producción ética.

Showroom colaborativo en Las Palmas

En un movimiento que va más allá de la simple creación de productos, Alma&Canaria, junto con las marcas locales Mi Pesese y Morning Glori, abrió un showroom en la Calle Viera y Clavijo 4, en Las Palmas de Gran Canaria. Este espacio se ha convertido en un punto de referencia tanto para la marca como para el diseño local.

El showroom no solo permite a Alma&Canaria ofrecer una experiencia personalizada a sus clientes, sino que también sirve como un hub creativo y colaborativo para otras marcas locales que necesiten un espacio físico, ya sea para presentaciones de productos, eventos o encuentros creativos.

Alma&Canaria destaca como una marca que redefine el significado de la moda lenta, integrando diseño sostenible, artesanía local y un espíritu de colaboración en cada uno de sus proyectos. Con su showroom, no solo impulsa su propia visión, sino que también apoya a otros emprendedores creativos en la región.



Por qué es un ejemplo inspirador

- **Moda lenta y consciente:** Cada bolso está hecho a mano con materias primas de bajo impacto ambiental, incluyendo poliéster reciclado y lanas certificadas Oeko-Tex, garantizando productos sostenibles y de alta calidad.
- **Producción local:** La marca fomenta la economía local mediante la creación artesanal, fortaleciendo la conexión entre diseño y comunidad.
- **Espacio colaborativo:** El showroom en Las Palmas no solo refuerza su presencia física, sino que también promueve el networking y la colaboración entre marcas locales, contribuyendo al desarrollo de una comunidad creativa sólida.
- **Atención personalizada:** Ofrecer una experiencia única a los clientes demuestra el compromiso de la marca con la satisfacción y la fidelización.
- **Inspiración para la comunidad:** Su enfoque en la sostenibilidad y la colaboración convierte a Alma&Canaria en un referente para otras marcas emergentes de Canarias.

ÁNGEL CABRERA EL ARTE DE LANZAROTE SOBRE TEJIDOS

Ángel Cabrera ha convertido su amor por Lanzarote, su tierra natal, en el alma de su trabajo artístico y textil. Inspirado por la fusión de naturaleza y arte que define a la isla, Cabrera plasma su creatividad en seda, lino, lana fría y terciopelo, utilizando técnicas que combinan tradición y modernidad. Su sello distintivo radica en la utilización de tintes naturales elaborados a partir de plantas autóctonas y cochinilla, un recurso histórico de Lanzarote que Ángel ha revitalizado con maestría.



Innovación con raíces locales

Su capacidad para rescatar técnicas tradicionales y adaptarlas a la moda contemporánea lo posiciona como un referente de sostenibilidad e identidad cultural. La utilización de la cochinilla como base para sus tintes es un homenaje a la historia agrícola de Lanzarote, mientras que sus diseños únicos, elaborados a mano, reflejan una sofisticación que trasciende fronteras.

Por qué es un ejemplo inspirador

- **Artesanía con identidad:** Sus piezas no solo destacan por su diseño, sino también por contar historias profundamente conectadas con el entorno natural y cultural de Lanzarote.
- **Sostenibilidad desde la raíz:** Al emplear tintes naturales derivados de plantas autóctonas, Cabrera promueve prácticas respetuosas con el medio ambiente, reduciendo el impacto de productos químicos en su proceso creativo.
- **Innovación artística:** Combina técnicas tradicionales de decoración textil con un enfoque moderno, logrando piezas que son tanto arte como moda.
- **Materiales de alta calidad:** El uso de tejidos de máxima calidad como sedas, linos y terciopelos resalta la excelencia y durabilidad de sus creaciones, orientadas a consumidores que valoran tanto la estética como la ética.
- **Revalorización de un recurso histórico:** Cabrera ha revitalizado el uso de la cochinilla, un tinte que formó parte del desarrollo económico de las Islas Canarias, posicionándolo como un elemento de lujo en sus diseños.

Los diseños de Ángel Cabrera no son solo prendas; son piezas de arte que conectan a quien las viste con la naturaleza, la historia y el espíritu creativo de Lanzarote. Su trabajo demuestra que la moda puede ser un vehículo poderoso para preservar la tradición, impulsar la sostenibilidad y proyectar una identidad cultural única hacia el mercado global.

ANGIE VÁSQUEZ ARTESANÍA CONTEMPORÁNEA

Angie Vásquez combina su pasión por el arte, la arquitectura y la moda para crear piezas únicas que celebran la artesanía, la sostenibilidad y la modernidad. Inspirada por los paisajes y la arquitectura de Lanzarote. Su marca personal fusiona técnicas tradicionales con un enfoque contemporáneo, ofreciendo colecciones limitadas que son tanto un reflejo de su experiencia multicultural como una oda a lo hecho a mano.



Ediciones Limitadas con Propósito

Cada pieza de Angie Vásquez se elabora con materiales de alta calidad y bajo un proceso de producción responsable y transparente. Su enfoque en la durabilidad y el diseño atemporal no solo refuerza su compromiso con la sostenibilidad, sino que también aporta autenticidad y exclusividad a su propuesta. Las colecciones incluyen piezas tratadas individualmente, algunas de ellas seriadas y numeradas, lo que garantiza su singularidad y conexión con el consumidor.

Desde su taller en Lanzarote, Angie no solo diseña moda, sino que materializa una visión de belleza y calidad que conecta al consumidor con la autenticidad y el valor de lo artesanal. Su marca es un ejemplo de cómo la moda puede ser ética, sostenible y profundamente personal, ofreciendo un producto que trasciende las tendencias para convertirse en una pieza atemporal y duradera.

Por qué es un ejemplo inspirador

- **Artesanía y tradición reinterpretadas:** Sus piezas son el resultado de técnicas artesanales tradicionales reinterpretadas con una estética moderna y versátil, adaptada a las necesidades de la mujer contemporánea.
- **Ediciones limitadas y personalización:** Cada colección refleja un alto nivel de personalización y detalle, asegurando que cada pieza sea única y significativa.
- **Sostenibilidad desde el diseño:** Al centrarse en materiales duraderos y de calidad, Angie fomenta la producción de productos con múltiples vidas, alineándose con los principios de la economía circular.
- **Producción responsable:** Su compromiso con procesos transparentes y éticos garantiza que cada prenda tenga un impacto positivo en su cadena de valor.
- **Inspiración local:** Lanzarote, con su singular paisaje y arquitectura, no solo sirve de inspiración, sino que también enriquece la identidad cultural de la marca, conectándola con su entorno.
- **Vinculación al arte:** Cada pieza refleja un proceso artístico profundo, posicionando a la marca como un puente entre moda y arte.

ARANTXA ARENAS DESIGN APUESTA POR LA MODA MULTIFUNCIONAL

Arantxa Arenas Design redefine el significado de la moda multifuncional, llevando la sostenibilidad y la creatividad a un nuevo nivel. La diseñadora, con raíces profundamente arraigadas en la tradición canaria, combina su pasión por la expresión visual con una inquietud constante por el cuidado del planeta. Sus diseños, versátiles y artesanales, son una celebración de la originalidad y el ingenio.

La marca apuesta por una moda práctica y sostenible, adaptada al estilo de vida contemporáneo, pero sin perder el vínculo con sus raíces. Su enfoque en prendas reversibles, unitalla y unisex refleja su compromiso por democratizar el diseño y reducir el desperdicio textil. Cada creación de Arantxa Arenas es mucho más que una prenda; es un manifiesto de autenticidad y conciencia ambiental.



Las Sombreras: reinterpretando un icono

Uno de los productos más destacados de la marca es *la Sombrera*, una reinterpretación moderna y funcional del tradicional sombrero canario. Este accesorio no solo rinde homenaje a las raíces culturales de las islas, sino que también está diseñado para ser práctico y acompañar al usuario en todas sus aventuras. Su diseño plegable y ligero lo convierte en el compañero perfecto para viajar y explorar.

Por qué es un ejemplo inspirador

- **Sostenibilidad en el ADN:** La marca prioriza materiales responsables y procesos artesanales que minimizan el impacto ambiental.
- **Diseño multifuncional:** Prendas reversibles y unitalla que maximizan su versatilidad y reducen la necesidad de consumir más ropa.
- **Homenaje a la cultura local:** Reinterpreta elementos icónicos canarios, como la *Sombrera*, para adaptarlos a un contexto moderno y global.
- **Producción artesanal:** Cada pieza se confecciona con cuidado y detalle, lo que garantiza exclusividad y calidad.
- **Enfoque en la creatividad:** Diseños innovadores que invitan a cuestionar las normas tradicionales de la moda.

Arantxa Arenas Design demuestra que es posible fusionar el diseño con la funcionalidad, logrando un equilibrio perfecto entre estilo y sostenibilidad. Su compromiso la convierten en un modelo a seguir para las marcas de moda que aspiran a marcar la diferencia en el sector.

GALLOBUEY LA INNOVACIÓN SOSTENIBLE EN JOYERÍA 3D

En el escenario del diseño sostenible, GalloBuey se posiciona como un referente en la creación de piezas únicas que combinan creatividad, tecnología y responsabilidad ambiental. Desde su taller en Tenerife, esta marca de joyería y diseño reinterpreta la estética contemporánea a través de materiales como maíz, caña de azúcar y filamentos reciclados, ofreciendo productos que no solo destacan por su belleza, sino también por su compromiso con el planeta.

Diseño y tecnología

GalloBuey utiliza técnicas de fabricación avanzadas que integran diseño digital y tecnologías de impresión 3D para dar vida a joyas y objetos decorativos de formas volumétricas y colores vibrantes. Cada pieza es cuidadosamente diseñada para capturar la esencia de la creatividad y ofrecer un resultado que no solo sea visualmente impactante, sino también respetuoso con el medio ambiente.

Su enfoque combina tradición y modernidad, adaptando procesos innovadores para minimizar su impacto ambiental. Además, la marca participa activamente en formaciones especializadas y colabora con expertos para mantenerse a la vanguardia de las tendencias en diseño sostenible.

Los productos de GalloBuey trascienden la estética para convertirse en piezas que cuentan una historia. Cada joya refleja no solo la pasión por el diseño, sino también el respeto por la naturaleza y un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad.



Por qué es un ejemplo inspirador

- **Materiales responsables:** Uso de recursos innovadores como maíz y caña de azúcar para crear productos únicos y sostenibles.
- **Innovación:** Integración de tecnologías de impresión 3D que permiten precisión y versatilidad en el diseño.
- **Diseños icónicos:** Piezas volumétricas y coloridas que combinan arte, funcionalidad y sostenibilidad.
- **Formación continua:** Participación en programas especializados para garantizar un producto de calidad y mantenerse a la vanguardia del sector.
- **Impacto local y global:** Contribuye a la economía local mientras promueve prácticas responsables en el mercado global.

MACARONESIA SWIMWEAR CON LA ESENCIA DE LANZAROTE

Inspirada en la naturaleza exuberante y la vida junto al mar, Macaronesia representa mucho más que una marca de ropa de baño: es un homenaje al estilo de vida isleño y una invitación a disfrutar y respetar la riqueza natural de su entorno. Fundada en Lanzarote, una de las joyas de las Islas Canarias, esta firma combina diseño exclusivo, producción responsable y el espíritu del Atlántico en cada una de sus piezas.

Por qué es un ejemplo inspirador

- **Inspiración natural y cultural:** Las colecciones de Macaronesia reflejan la belleza y singularidad de Lanzarote y el espíritu isleño.
- **Compromiso con el Made in Spain:** Producción 100% local que apoya la economía española y garantiza altos estándares de calidad.
- **Diseños exclusivos:** Prendas únicas que destacan por su estética alegre y tropical, ideales para quienes buscan un estilo auténtico y sofisticado.
- **Respeto por el medio ambiente:** Fomenta prácticas sostenibles en toda su cadena de valor, alineadas con su filosofía de conexión con la naturaleza.

Más que una marca, Macaronesia es una invitación a abrazar la naturaleza y el mar como parte esencial de la vida. Lanzarote, con sus paisajes volcánicos y playas únicas, se convierte así en el escenario perfecto para una firma que lleva el espíritu isleño y la sostenibilidad al centro de la moda de baño.



Diseño tropical y producción local

Sus colecciones evocan los paisajes de playas, olas y flores exóticas, ofreciendo un estilo alegre y desenfadado para quienes comparten su pasión por la vida junto al océano.

La marca apuesta firmemente por una producción local y exclusiva, fabricando íntegramente en España. Este enfoque no solo garantiza la calidad de los tejidos y la confección, sino que también refuerza el compromiso con la sostenibilidad y el apoyo a la economía local, valores fundamentales para Macaronesia.

MARU LA PALMA ECODISEÑO EN CADA CREACIÓN

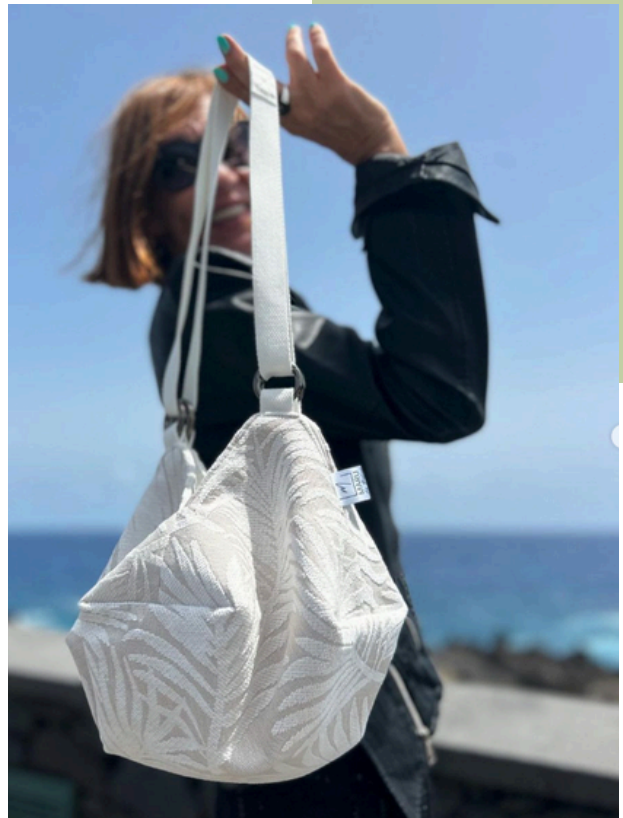
Maru La Palma es una marca nacida en 2024, creada por Marion Frölich, una diseñadora nacida en Berlín pero palmera de adopción desde 1993. Los diseños de Marion ha logrado combinar la sostenibilidad con la innovación en el diseño. Especializada en la creación de bolsos y accesorios, Maru La Palma apuesta por un proceso de producción manual y consciente, utilizando materiales textiles reciclados y técnicas de ecodiseño, como el upcycling, para transformar residuos en piezas únicas.

Un compromiso con la artesanía y la sostenibilidad

La esencia de Maru La Palma radica en la integración de la artesanía con las tendencias actuales de la moda sostenible. La marca utiliza técnicas tradicionales y las adapta al concepto contemporáneo de la moda responsable. En lugar de seguir las prácticas convencionales de la industria, Maru La Palma se enfoca en la reutilización de materiales y en la creación de productos de calidad y durabilidad.

La reciente mención de 'Isla Bonita Moda al Talento Made In La Palma' en 2024, en la categoría de Marca de Moda, es un reconocimiento al esfuerzo de Marion por destacar no solo en el diseño, sino también en el impacto positivo que su marca tiene en la comunidad local.

En un mundo donde la producción masiva y el consumo rápido dominan la industria de la moda, Maru La Palma se presenta como una propuesta que apuesta por la calidad y durabilidad de sus bolsos.



Por qué es un ejemplo inspirador

- **Producción artesanal y local:** Cada pieza es confeccionada de manera artesanal en La Palma, garantizando una producción responsable y cercana.
- **Compromiso con el ecodiseño:** La marca incorpora técnicas de upcycling, reutilizando materiales para crear productos únicos y sostenibles.
- **Fomento del talento local:** El galardón obtenido en el 'Isla Bonita Moda al Talento' subraya su contribución al talento creativo y sostenible de la isla.
- **Diseños exclusivos y de calidad:** Cada bolso y accesorio está hecho de forma artesanal, lo que asegura que cada pieza sea única y esté fabricada con la máxima atención al detalle.

MIGONGO LA VIBRACIÓN DE LA CREATIVIDAD

Migongo es mucho más que una marca de ropa y accesorios: es una experiencia sensorial, una mezcla de estilos y una filosofía que conecta a las personas con la creatividad, la naturaleza y el arte de vivir. Inspirada por el sonido del gong, un instrumento sagrado utilizado en meditación, Migongo propone un viaje único, en el que cada pieza de su colección invita a sumergirse en una vibración especial que conecta con lo trascendental y lo mágico.

Migongo fusiona estilos como el hippie, étnico, tribal, elfico y deportivo, reflejando la esencia dinámica y cambiante del mundo actual. Con una clara inspiración en la naturaleza y los valores de respeto al entorno, la marca busca ofrecer productos que no solo sean estéticamente atractivos, sino también responsables con el medio ambiente.



Por qué es un ejemplo inspirador

- **Estilo único y multidimensional:** La marca combina estilos eclécticos y diversos como hippie, tribal, y deportivo, adaptándose a diferentes gustos y personalidades.
- **Enfoque creativo:** La inspiración en el gong y la conexión emocional con la naturaleza hacen de Migongo una marca que no solo diseña ropa, sino que crea experiencias sensoriales.
- **Compromiso con la sostenibilidad:** , Migongo ha demostrado un enfoque respetuoso con el medio ambiente, reflejando la necesidad de trabajar con materiales y procesos respetuosos con el medioambiente.
- **Creaciones personalizadas y exclusivas:** La marca se dedica a crear piezas personalizadas según las propuestas y deseos de sus clientes, ofreciendo un producto único y especial para cada persona.
- **Conexión emocional con el cliente:** El mensaje de Migongo es claro: cada pieza tiene una vibración especial que no solo refleja un estilo de vida, sino que también fomenta un vínculo emocional con el cliente.

Migongo ofrece una experiencia única que invita a expresar la individualidad, al mismo tiempo que el compromiso con la sostenibilidad.

En este camino de expresión personal y transformación, Migongo demuestra cómo la moda puede ser un reflejo de la diversidad y un vehículo para el cambio, invitando a vestir de una manera consciente, creativa y responsable.

NATHALIE LERUCQ TINTES NATURALES: COLOR Y SOSTENIBILIDAD

Nathalie Leturcq es una marca de moda sostenible que se distingue por su enfoque único en el uso de tintes naturales. Su creadora, se inspira en la tradición del siglo XVIII, donde los tintes naturales eran utilizados para dar color a los textiles de manera respetuosa con el medio ambiente.

Por qué es un ejemplo inspirador

- **Uso responsable de materiales:** Los tintes naturales reducen el impacto ambiental de la marca, alineándola con los principios de la moda sostenible.
- **Artesanía y exclusividad:** La producción 100% artesanal y el diseño exclusivo permiten a Nathalie Leturcq diferenciarse en el mercado, ofreciendo productos únicos.
- **Educación sobre sostenibilidad:** La marca promueve el conocimiento de los beneficios de los tintes naturales, educando a sus consumidores y fomentando un consumo más responsable.
- **Compromiso con la naturaleza:** La utilización de plantas autóctonas y la cochinilla refleja un profundo respeto por la biodiversidad local y la preservación de recursos naturales.
- **Reducción del impacto negativo de la industria:** Al evitar productos químicos en el proceso de teñido, Nathalie Leturcq contribuye a la reducción de la contaminación asociada a la industria textil.

Teñido natural como propuesta educativa

Nathalie Leturcq no solo se dedica a crear piezas hermosas, sino que también promueve una filosofía de vida sostenible, trabajando desde la base con materiales naturales que no dañan la tierra.

Además de crear productos, Nathalie comparte sus conocimientos sobre el teñido natural a través de talleres y su presencia en eventos de artesanía, educando al público sobre la importancia de los tintes naturales y el respeto por el medio ambiente.



El trabajo de Nathalie Leturcq es un claro ejemplo de cómo las técnicas artesanales pueden fusionarse con la moda contemporánea para crear un futuro más sostenible. Su respeto por las tradiciones y la innovación en el uso de tintes naturales demuestra que es posible diseñar de manera responsable sin sacrificar la creatividad y el estilo.

SARA LUIS JOYAS FUSIÓN DE NATURALEZA, TRADICIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Sara Luis Joyas destaca por su habilidad para combinar la elegancia contemporánea con la tradición artesanal, creando piezas únicas. La diseñadora tinerfeña, nacida en La Laguna, se inspira en la naturaleza, fusionando sus colecciones con un profundo respeto por el medio ambiente y un enfoque ético en el proceso de producción.

La marca ha encontrado su distintivo en la joyería contemporánea, de autor, utilizando metales preciosos y piedras de fuentes responsables.



“Bombyx Mori”, su nueva colección

Inspirada en el trabajo artesanal del *Taller de Seda de las Hilanderas* en El Paso (isla de La Palma), su última colección es un homenaje a la tradición de la seda y el arte de tejer historias.



Por qué es un ejemplo inspirador

- **Uso de materiales reciclados:** La marca se destaca por emplear metales reciclados y piedras preciosas de fuentes éticas, lo que minimiza su huella ecológica.
- **Producción local:** Cada pieza es elaborada a mano, lo que no solo garantiza calidad y exclusividad, sino que también apoya la economía local y mantiene vivas las tradiciones artesanales.
- **Diseños con mensaje:** Las colecciones, como ‘Antillarum’ y ‘Nívora’, están cargadas de significado y reflexión sobre la naturaleza y el empoderamiento de las mujeres.
- **Fabricación ética y responsable:** sus piezas están producidas bajo principios éticos, con especial atención a las condiciones laborales y el respeto por el medio ambiente.



RETOS Y OPORTUNIDADES



01. Del Backstage al Front-Row.

**Poniendo el foco en los
materiales**

En el mundo de la moda, los materiales utilizados para crear prendas y accesorios no solo definen su calidad y estilo, sino que también juegan un papel crucial en su impacto ambiental y social. La creciente demanda de moda sostenible está llevando a las marcas a repensar la manera en que seleccionan los materiales que utilizan en sus colecciones, y en este contexto, *Slow Fashion Canarias* tiene una oportunidad única para destacarse. Al poner el foco en materiales sostenibles, los diseñadores y las marcas locales pueden no solo mejorar su competitividad global, sino también ofrecer un producto que cumpla con las expectativas de los consumidores conscientes de hoy en día.

Acceso limitado a materiales certificados

Uno de los mayores desafíos que enfrentan estas marcas es el acceso limitado a materiales certificados. A diferencia de otras regiones donde los proveedores de materiales sostenibles están más consolidados y accesibles, en Canarias, las marcas deben lidiar con la fragmentación del mercado, la distancia de los proveedores y los costes asociados a la importación de los tejidos. Esta situación genera una barrera tanto económica como logística, dificultando que las marcas puedan acceder a las mejores opciones disponibles.

El coste de los materiales sostenibles puede ser considerablemente más alto que los materiales tradicionales debido a su menor oferta, lo que obliga a nuestras empresas a hacer frente a una inversión inicial mayor. Este reto es especialmente significativo para marcas pequeñas o emergentes que operan en un mercado con márgenes de beneficio más reducidos. A pesar de que las alternativas sostenibles, como el algodón orgánico, el poliéster reciclado y otros materiales certificados, son cada vez más populares, su disponibilidad en Canarias sigue siendo limitada, lo que obliga a las marcas a depender de proveedores internacionales o ubicados en la Península.



Oportunidades de producción local

Sin embargo, este reto puede convertirse en una oportunidad clave. Al invertir en la producción local de materiales sostenibles, como **fibras derivadas de plantas autóctonas** (por ejemplo, las fibras de plataneras, que se están comenzando a explorar como alternativa sostenible en algunas islas), la moda sostenible puede reducir su dependencia de proveedores externos. Este tipo de materiales no solo tiene un menor impacto ambiental en términos de transporte, sino que también puede fortalecer la identidad local de las marcas.

También la apuesta por la artesanía y tradición local está de moda. Un ejemplo de esta tendencia es la **producción de seda** en La Palma. Desde el siglo XVI, la industria de la seda fue relevante en Canarias hasta finales del siglo XIX. Hoy en día, el municipio de El Paso, alberga el taller Las Hilanderas El Paso, el último reducto de la producción de seda totalmente manual en Europa. Esta iniciativa no solo refuerza la sostenibilidad, sino que también proporciona una oportunidad para las marcas canarias de integrar un material de alto valor cultural en sus colecciones.

En un contexto global donde los consumidores valoran cada vez más la **autenticidad**, contar con un material local y regenerativo puede ser un diferenciador estratégico importante. Al posicionarse como pioneros en el uso de materiales locales, *Slow Fashion Canarias* puede generar un fuerte vínculo con los consumidores, no solo a nivel ambiental, sino también cultural.

Además, la región de Canarias tiene el potencial para desarrollar nuevas iniciativas agrícolas y textiles sostenibles, aprovechando su clima único y su biodiversidad. Es una oportunidad para establecer alianzas con agricultores locales y organizaciones sostenibles que permitan cultivar materiales orgánicos de calidad, lo que fortalecería la economía circular en la región.

Falta de trazabilidad: Un reto crítico

Otro desafío importante en la selección de materiales sostenibles es la falta de trazabilidad en la cadena de suministro. Para que un material se considere verdaderamente sostenible, debe cumplir con ciertos estándares de producción, como el uso de técnicas agrícolas responsables, el bienestar social de los trabajadores y la reducción de las emisiones de carbono.

Sin embargo, en las diferentes Evaluaciones de Impacto desarrolladas por las marcas participantes, se han subrayado las dificultades para obtener pruebas claras y verificables de que los materiales que utilizan cumplen con estos estándares. La falta de trazabilidad hace que las marcas no solo enfrenten riesgos de cumplir con las expectativas de los consumidores, sino que también las coloca en una posición vulnerable en términos de credibilidad.



Oportunidades en la trazabilidad digital

Este reto puede abordarse con el uso de herramientas tecnológicas que mejoren la trazabilidad de los materiales a lo largo de toda la cadena de suministro. La implementación de sistemas digitales como el *Pasaporte Digital de Producto*, que permite rastrear la procedencia y el impacto ambiental de cada material utilizado, ofrece una solución eficiente. Estos sistemas no solo mejoran la transparencia, sino que también permiten a las empresas de *Slow Fashion Canarias* cumplir con las exigencias de sostenibilidad de los consumidores modernos, quienes buscan productos con una historia clara y verificada.

Además, al adoptar estos sistemas, las marcas pueden asegurarse de que los materiales que utilizan cumplen con las normativas internacionales, lo que les permite acceder a mercados globales donde las certificaciones de sostenibilidad son un criterio clave de compra. La trazabilidad digital puede, por tanto, ser una **herramienta estratégica** para aumentar la confianza del consumidor y mejorar la competitividad internacional.

02.

Ecodiseño

Más allá de la tendencia



4. Cargo jacket

Xs/Small

Pattern: think of the inside layer to

Sample

Medium

☐ Pattern

☐ Sample

Large/XL

☐ Pattern

☒ Sample

El ecodiseño se está consolidando como una de las principales herramientas de la industria de la moda para afrontar los desafíos medioambientales y sociales. Su aplicación no solo busca mitigar los impactos negativos de la producción, sino también **maximizar la eficiencia de los recursos** a lo largo de todo el ciclo de vida del producto. En un sector que consume grandes cantidades de recursos naturales y produce enormes volúmenes de desechos, el ecodiseño ofrece un enfoque integral para transformar las prácticas de diseño y fabricación.

En el contexto de *Slow Fashion Canarias*, el ecodiseño no es una moda pasajera, sino una necesidad estratégica para los diseñadores que desean destacarse en el mercado global, alinearse con las expectativas de los consumidores y, al mismo tiempo, reducir su huella ambiental. Sin embargo, a pesar de las oportunidades que presenta, el ecodiseño enfrenta diversos retos, especialmente en las etapas de formación, integración de tecnologías y adaptación de los diseños.



estudio sobre la sostenibilidad y la circularidad de la moda en canarias

Formación técnica avanzada

Uno de los retos más significativos que enfrentan los diseñadores de *Slow Fashion Canarias* en la implementación del ecodiseño es la falta de formación específica.

Aunque la sostenibilidad es un tema cada vez más presente en las conversaciones del sector y el ecodiseño está en la base de todas las marcas que forman parte de la iniciativa, las técnicas actuales sobre cómo integrar la sostenibilidad en el diseño son insuficientes. Muchos diseñadores carecen de los **conocimientos especializados** para aplicar estrategias de diseño ecológico de manera eficaz, y este vacío se traduce en un enfoque menos estructurado hacia la sostenibilidad.

Esto incluye el diseño para la **durabilidad**, la **reparabilidad**, la **reutilización** y el **reciclaje**. El ecodiseño requiere un conocimiento profundo de los procesos de producción, las técnicas de diseño y los materiales innovadores disponibles, lo que implica una **educación técnica especializada** que todavía está en desarrollo en la región.

Invertir en formación personalizada, adaptada a las necesidades de cada diseñador, permitirá a las marcas locales desarrollar colecciones que no solo sean sostenibles en términos de materiales, sino también en cuanto a su diseño y vida útil. La creación de programas educativos específicos en Canarias, flexibles y adaptados a las particularidades de cada iniciativa, podría ser un motor clave para acelerar la adopción del ecodiseño en las islas.

Colaboraciones con instituciones académicas o asociaciones, pero sobre todo el acompañamiento de expertos en ecodiseño en un **programa personalizado** podrían proporcionar a los diseñadores las herramientas y los conocimientos necesarios para integrar completamente la circularidad en su proceso creativo.

Estrategias de reparabilidad y desmontaje

Una de las críticas comunes al diseño de moda convencional es que, en muchos casos, las prendas no están pensadas para ser reparadas o desmontadas. La industria de la moda, tradicionalmente centrada en la obsolescencia rápida y la tendencia a deshacerse de prendas al final de su vida útil, ha dejado de lado la importancia de diseñar productos que puedan ser fácilmente reparados, reutilizados o reciclados.

Aunque todas las marcas de *Slow Fashion Canarias* están comprometidas con la sostenibilidad, aún enfrentan barreras a la hora de **integrar la reparabilidad o el desmontaje en sus productos**, especialmente en algunos casos que su modelo de negocio no está tan acostumbrado (como por ejemplo, la moda de baño). Las prendas no siempre están diseñadas de manera que se pueda separar fácilmente sus materiales para su reciclaje o reutilización. Esto limita la capacidad de las marcas para fomentar la economía circular de manera efectiva.

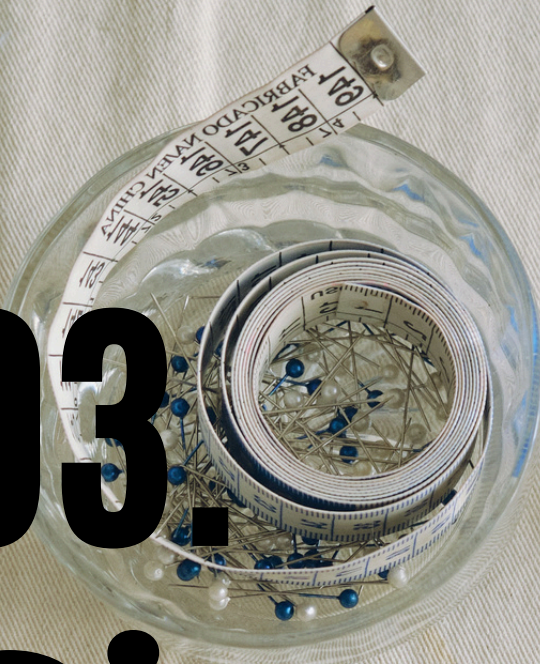


Diseño atemporal

El clima de Canarias ofrece una oportunidad estratégica para las marcas locales, especialmente en términos de diseño atemporal. Canarias tiene un clima templado y estable, lo que permite el desarrollo de prendas que no están restringidas por las tendencias estacionales ni por las fluctuaciones climáticas. Las prendas diseñadas para el clima canario pueden ser versátiles, atemporales y de calidad, lo que va en línea con los principios del ecodiseño.

El diseño atemporal no solo reduce la necesidad de reemplazar prendas constantemente, sino que también promueve una moda más responsable que trasciende las modas pasajeras. A través del ecodiseño, los diseñadores pueden desarrollar colecciones que resistan la prueba del tiempo y que se adapten a un estilo de vida más sostenible y consciente.

Además, al centrarse en la durabilidad, las marcas pueden aumentar la percepción de calidad entre los consumidores, lo que contribuye a reducir el consumo innecesario y a fomentar la economía circular.



03.

**Circular
is the New Black**



En los últimos años, la **economía circular** ha emergido como una de las tendencias más disruptivas en la industria de la moda, buscando reemplazar el modelo tradicional de economía lineal con un enfoque regenerativo y sostenible. En lugar de producir, consumir y desechar, la economía circular promueve la reutilización, el reciclaje, el alquiler y el rediseño, garantizando que **los recursos sigan circulando dentro de la economía**.

Para *Slow Fashion Canarias*, la economía circular presenta tanto retos como oportunidades. La fragmentación insular, la baja adopción de modelos de negocio circulares y las barreras logísticas son desafíos significativos que deben abordarse de manera estratégica. Sin embargo, la creación de un ecosistema colaborativo, la promoción de hubs de circularidad textil y el fomento de la reventa y el alquiler como modelos de negocio ofrecen oportunidades clave para transformar el panorama de la moda en Canarias.

Además, la economía circular no solo representa una oportunidad para reducir el impacto ambiental, sino también para generar empleo, fomentar la innovación y mejorar la competitividad de las marcas locales en el mercado global.

Con el apoyo adecuado y la cooperación entre los diferentes actores del sector, *Slow Fashion Canarias* tiene el potencial de liderar la transición hacia una economía circular regenerativa y sostenible, posicionándose como un referente global en moda consciente y responsable.



Fragmentación insular

Una comentario recurrente de las sesiones del programa de consultoría en sostenibilidad llevado a cabo por Agile Seller, ha sido subrayar la fragmentación insular como uno de los mayores desafíos para la adopción de la economía circular en Canarias.

A pesar de la creciente conciencia sobre la sostenibilidad, la **dispersión geográfica de las islas dificulta la coordinación de acciones conjuntas**. Este aislamiento geográfico implica un aumento de costes, lo que en la práctica complica la colaboración y la creación de redes de cooperación necesarias para implementar iniciativas de economía circular de manera eficiente.

Cada isla en Canarias tiene su propio ritmo de desarrollo económico, recursos disponibles y capacidades en términos de infraestructura para apoyar la economía circular. Sin embargo, las marcas de *Canarias Islas de Moda*, están alineadas en su visión de sostenibilidad y apuestan por crear un ecosistema colaborativo que potencie el impacto de la economía circular en la industria textil.

Ecosistema de economía circular

A pesar de la fragmentación insular, este reto presenta una oportunidad clave: la creación de un ecosistema de economía circular basado en la **colaboración intersectorial**. Al trabajar en conjunto con otros sectores estratégicos como el **turismo sostenible** o la **producción agrícola**, las marcas de moda pueden crear una red de colaboración que favorezca la circularidad.

Por ejemplo, la colaboración con el sector agrícola local para el **cultivo de materiales orgánicos o reciclables**, como fibras de plataneras o incluso el cultivo de productos naturales para la producción de nuevos tejidos, puede abrir oportunidades para generar materiales sostenibles y locales.

Esta sinergia no solo fortalecería la economía circular dentro de la región, sino que también aportaría un valor añadido que puede hacer que las marcas se diferencien en mercados internacionales por su compromiso con la sostenibilidad local.

El turismo sostenible, por otro lado, puede convertirse en un **aliado estratégico en la promoción de la moda circular**. El creciente interés por el turismo responsable puede ser aprovechado para educar a los consumidores y generar conciencia sobre la importancia de consumir moda de manera consciente.

Barreras para los nuevos modelos de negocio circulares

Otro desafío importante es la baja adopción de modelos de negocio circulares, como el alquiler o la reventa de prendas. Los diseñadores y empresas aún se centran en modelos de negocio tradicionales basados en la producción artesanal y la venta de productos nuevos. La falta de infraestructura y la percepción de que el alquiler o la reventa no son modelos rentables o viables en el contexto local son algunos de los factores que contribuyen a esta baja adopción.

Este reto se ve exacerbado por el hecho de que el concepto de moda circular, que implica un cambio en la mentalidad tanto de las marcas como de los consumidores, aún no está completamente arraigado en la industria local.

Los consumidores, que tradicionalmente han estado acostumbrados a comprar ropa nueva y descartarla después de pocas temporadas, necesitan un cambio de actitud para abrazar el concepto de alquilar o revender.



Otros desafíos circulares

La **logística** y la **infraestructura digital** son otras barreras clave para el funcionamiento eficiente de los modelos circulares basados en plataformas de economía circular. Las marcas de *Slow Fashion Canarias* enfrentan dificultades para trabajar con marketplaces y plataformas online especializadas debido a los costes asociados a la distribución, la falta de integración en los sistemas logísticos y las limitaciones en la infraestructura digital.

A pesar de estas barreras logísticas, la **generación de empleo** es una de las principales oportunidades que la economía circular puede ofrecer. La transición hacia la economía circular abre nuevas posibilidades de negocio en áreas como la reparación de prendas, el upcycling, el reciclaje de textiles y la reventa de ropa usada.

Para superar estas barreras, *Slow Fashion Canarias* tiene una oportunidad significativa en **promover hubs o centros colaborativos** para programas de circularidad textil. Estos hubs funcionarían como **puntos de encuentro** entre marcas locales, productores, diseñadores y consumidores, fomentando la colaboración para el alquiler, la reventa y la reparación de prendas. Además, estos centros podrían funcionar como **plataformas educativas** para concienciar tanto a los diseñadores como a los consumidores sobre las ventajas y la viabilidad de la economía circular.

Los *hubs* también permitirían la creación de programas de circularidad textil de mercado que faciliten la integración de los modelos de alquiler, reventa y reparación dentro de la oferta de las marcas locales. Con el apoyo de plataformas digitales y *marketplaces* especializados, estos programas podrían alcanzar una mayor audiencia, generando así una mayor adopción de prácticas circulares tanto en el mercado local como internacional.



04.

**Objetivo:
Zero Waste**



En el marco de la sostenibilidad y la economía circular, el objetivo de alcanzar un modelo de **zero waste** (*residuos cero*) es clave para transformar la industria textil y mitigar los impactos ambientales negativos de la producción y consumo. El sector textil, responsable de una proporción significativa de los residuos sólidos globales, necesita urgentemente un cambio hacia **prácticas de reciclaje y reutilización**.

Según el análisis llevado a cabo, la gestión de residuos textiles en Canarias enfrenta desafíos específicos derivados de la insularidad, la falta de infraestructura y el escaso conocimiento sobre las normativas vigentes. Sin embargo, también se presentan oportunidades significativas para crear un modelo regional de reciclaje y recuperación de materiales, que pueda agilizar la gestión sostenible de residuos textiles en el archipiélago.

Distancia física del sector

Uno de los principales retos para la industria textil canaria es la dificultad para adherirse al **SCRAP Re-viste** (*Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor para el reciclaje de residuos textiles*), que opera en la Península.

Esta asociación se acaba de estructurar para dar respuesta a las necesidades normativas de gestión de residuos textiles, liderada por las principales marcas del sector en España, como INDITEX, Grupo Tendam o Mango. Está abierto a otras empresas del sector para operar a nivel nacional, pero las marcas canarias se enfrentan a barreras logísticas y económicas significativas para adherirse a este sistema.



Normativa sobre gestión de residuos textiles

Otro de los retos significativos para las marcas que han participado en el estudio es el escaso conocimiento sobre la normativa vigente en materia de residuos textiles. Aunque la **Ley 7/2022 de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular** exigen el cumplimiento de ciertos estándares de reciclaje y reutilización, muchas marcas locales desconocen cómo implementar estas normativas de manera práctica y efectiva en sus procesos productivos.

La falta de formación y de recursos adecuados para comprender y aplicar estas normativas puede resultar en un cumplimiento insuficiente de los requisitos legales, lo que podría afectar la credibilidad de los talleres textiles y de los diseñadores, lo que podría perjudicar su acceso a mercados internacionales donde la sostenibilidad es un criterio fundamental.

Además, la falta de adaptación a la legislación vigente podría dar lugar a sanciones económicas o a la exclusión de iniciativas públicas y fondos europeos destinados a promover la sostenibilidad.

El **desarrollo de programas de formación** dirigidos a los diseñadores, marcas y empresas locales sería un paso clave para fortalecer la sostenibilidad en el sector. Sin embargo, estas formaciones no deben centrarse en la comprensión de la normativa, sino en **estrategias prácticas** para implementar las medidas de reciclaje y reducción de residuos en el ciclo de vida de los productos.



Además, esta formación debe ayudar a las marcas a integrar el reciclaje en su modelo de negocio de manera rentable y eficiente, con el objetivo de que puedan aplicar las normativas de manera proactiva y cumplir con los estándares internacionales de sostenibilidad sin que suponga una carga económica ni administrativa que no puedan asumir en el día a día.

Three rectangular tags are hanging from strings against a light gray background. One tag is orange and tilted, another is light green and vertical, and a third is pink and tilted. The text is overlaid on the orange and pink tags.

05.

**Cómo trabajar una
comunicación
transparente**

La sostenibilidad en la moda ha pasado de ser una tendencia a convertirse en una necesidad. Con un creciente número de consumidores que exigen un compromiso real con el medio ambiente, las marcas deben ser más transparentes que nunca acerca de sus procesos, materiales y prácticas.

Sin embargo, a pesar de la creciente conciencia en torno a la sostenibilidad, muchos diseñadores y marcas locales enfrentan desafíos al intentar comunicar de manera efectiva sus esfuerzos de sostenibilidad.

En este contexto, estas marcas cuentan con el apoyo en marketing de la campaña desarrollada por *Slow Fashion Canarias* para destacarse mediante una comunicación auténtica, evitando las trampas del **greenwashing** y apostando por la **transparencia**.



Estrategia de comunicación estructurada

Otro de las conclusiones repetidas en las sesiones individuales con los participantes en el proceso de consultoría de sostenibilidad desarrollado por Agile Seller, es la dificultad para desarrollar estrategias de comunicación estructuradas que respalden sus compromisos de sostenibilidad. Aunque estos diseñadores están comprometidos con la moda consciente y sostenible, no siempre cuentan con un plan de comunicación claro y profesional que permita transmitir estos valores de manera efectiva.

Sin una estrategia sólida, las marcas corren el riesgo de no llegar a su público objetivo o de ser percibidas como “eco-friendly” solo en apariencia, lo que podría generar **desconfianza en los consumidores** y, por ende, daños a largo plazo en la reputación de la marca.

La falta de una comunicación coherente y estructurada también implica que **no logran transmitir adecuadamente sus esfuerzos de sostenibilidad a los consumidores**, lo que puede tener como consecuencia una desconexión con los valores del cliente.

Una de las principales oportunidades subrayadas por los participantes del estudio es el apoyo en el marketing y la comunicación de la campaña *Slow Fashion Canarias*. Esta campaña ofrece un marco común en el que las marcas locales pueden alinearse, compartiendo objetivos y mensajes sobre sostenibilidad. Al unirse a esta campaña, las marcas pueden acceder a una mayor visibilidad y cohesión en sus esfuerzos comunicacionales, lo que les permite llegar a un público más amplio y reforzar el impacto de sus mensajes.

Evitar el greenwashing

Uno de los principales peligros a los que se enfrenta cualquier marca que pretenda comunicarse sobre sostenibilidad es el riesgo de hacer **afirmaciones medioambientales no verificables**. En el contexto de *Slow Fashion Canarias*, muchas marcas aún carecen de **sistemas de trazabilidad** que les permitan respaldar sus afirmaciones de sostenibilidad.

Las afirmaciones como “eco-friendly” o “100% algodón orgánico” carecen de valor si no están acompañadas de **datos verificables** y de una mínima **trazabilidad en la cadena de suministro**. Esto no solo pone en peligro la confianza del consumidor, sino que también puede resultar en acusaciones de *greenwashing*, lo que dañaría la imagen de la marca de forma irreparable.

Para evitar este tipo de riesgos, una estrategia clave es integrar certificaciones reconocidas dentro de las estrategias de comunicación. Certificaciones como *r-evolución*, que ha sido desarrollada por Agile Seller y está reconocida en el marco de la Directiva UE 825/2024, ofrecen una verificación independiente de las prácticas sostenibles de una marca.

La certificación es un potente sello de confianza para las marcas, ya que los consumidores, especialmente los más conscientes y exigentes, buscan garantías.

Más allá del sello, este proceso de certificación ayuda a los diseñadores y marcas locales a realizar un **ejercicio de análisis con la Evaluación de Impacto** para entender mejor en qué punto está su sistema de trabajo frente a las nuevas normativas y, sobre todo, en relación con las nuevas tendencias del sector de la industria de la moda.



El segundo paso, el **Informe de Optimización**, les proporciona una hoja de ruta con soluciones y áreas de mejora. Sin embargo, es la **Reunión de Verificación** en sesión 1:1 lo que realmente les aporta el mayor impacto en su forma de trabajar. ¿Por qué? Según las *encuestas de satisfacción* realizadas al finalizar el programa, los diseñadores y marcas locales descubren herramientas prácticas, accesibles para su día a día, que pueden fácilmente ejecutar y sienten que pueden hacer frente a los desafíos y aprovechar las oportunidades que la circularidad presenta.

Además, pueden utilizar esta información en su marketing para crear una narrativa de confianza y transparencia, reforzando el vínculo con los consumidores que valoran los productos con trazabilidad y compromiso social y ambiental.



Cómo llegar al cliente con nuestro mensaje

El último gran reto es la **falta de comprensión** por parte de los consumidores sobre los conceptos asociados a la sostenibilidad. Aunque el interés por la moda responsable está creciendo, es difícil entender lo que realmente implica la sostenibilidad en la industria textil.

Muchos consumidores no entienden las diferencias entre las diversas certificaciones de sostenibilidad o no saben qué esperar cuando se les dice que una prenda está “hecha de materiales reciclados” o “sin productos químicos dañinos”. Esto puede hacer que los mensajes de sostenibilidad de las marcas se diluyan o se vuelvan ambiguos.

Este desafío se puede convertir en una oportunidad estratégica mediante la **educación del consumidor**. Los diseñadores y marcas locales de *Slow Fashion Canarias* puede aprovechar este “desierto” para trabajar **campañas educativas** que expliquen los conceptos clave asociados a la sostenibilidad y la moda circular. La educación sobre lo que realmente significa ser sostenible en la moda, las implicaciones de cada elección y cómo las marcas están trabajando para reducir su impacto ambiental puede generar un **cambio significativo en la percepción del consumidor**.

Además, cada marca debe actualizar sus **mensajes de comunicación** alineados con estos conceptos en todos sus canales, tanto en su website como en redes sociales y colaboraciones con influencers o expertos en sostenibilidad para explicar estos conceptos de forma clara y accesible. Las **campañas educativas** pueden incluir desde infografías simples que expliquen los procesos detrás de la certificación de materiales, hasta videos o webinars que expliquen la importancia de la trazabilidad en la moda. Para esto, las marcas participantes destacan la necesidad de acompañamiento profesional para el diseño de un **Plan de Marketing y Comunicación desde la sostenibilidad**, pero adaptado a las necesidades específicas de cada marca.

Una comunicación que eduque e involucre a los consumidores de manera activa no solo mejorará su comprensión de la sostenibilidad, sino que también fortalecerá su lealtad hacia las marcas. Los consumidores que entienden el impacto de sus decisiones de compra tienen más probabilidades de apoyar a las marcas que realmente están comprometidas con la sostenibilidad.

TABLA RESUMEN. RETOS Y OPORTUNIDADES

Aspecto	Retos	Oportunidades
Materiales sostenibles	- Acceso limitado a materiales certificados en el contexto insular.	- Fomentar la producción local de materiales (fibras de plataneras, seda de La Palma).
	- Costes elevados asociados a la importación.	- Establecer alianzas con proveedores nacionales e internacionales.
	- Falta de trazabilidad en la cadena de suministro.	- Implementar sistemas de trazabilidad digital para fortalecer la comunicación.
Ecodiseño	- Carencia de formación avanzada en principios de ecodiseño.	- Invertir en formación especializada para diseñadores locales.
	- Dificultades para implementar herramientas tecnológicas como el Pasaporte Digital de Producto.	- Incorporar herramientas digitales para facilitar el diseño modular y la reparabilidad.
	- Escasa integración de estrategias de reparabilidad y desmontaje en los diseños actuales.	- Diseños atemporales y duraderos que trascienden las tendencias estacionales gracias al clima canario.
Economía circular	- Dificultad para coordinar acciones entre marcas debido a la fragmentación insular.	- Creación de un ecosistema de economía circular mediante colaboración con turismo sostenible y agricultura.
	- Baja adopción de modelos de negocio circulares como alquiler o reventa.	- Promover hubs para programas de circularidad textil en el mercado, desarrollados en colaboración entre marcas locales.
	- Barreras logísticas para trabajar con marketplace y plataformas online de economía circular	- Generación de empleo gracias a nuevas oportunidades derivadas de modelos circulares.
Gestión de residuos textiles	- Dificultad de las marcas para adherirse al SCRAP Re-viste (peninsular) debido a la logística y costes asociados.	- Fomentar un sistema regional para la gestión de residuos textiles (recogida selectiva y reciclaje).
	- Escaso conocimiento sobre la normativa vigente en residuos textiles.	- Formar a las marcas sobre normativas y su implementación práctica.
Evitar el greenwashing	- Falta de estrategias de comunicación estructuradas.	- Apoyo en el marketing y comunicación de la campaña <i>Slow Fashion Canarias</i>
	- Riesgo de afirmaciones no verificables debido a baja trazabilidad.	- Integrar certificaciones reconocidas como r-evolución en las estrategias de comunicación.
	- Riesgo de que el cliente final no entienda los conceptos asociados a la sostenibilidad	- Desarrollar campañas educativas que conecten con el consumidor responsable.



RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES PARA EL DESARROLLO DE UNA MODA SOSTENIBLE Y CIRCULAR EN CANARIAS EN 2025



Desde una perspectiva estratégica, las recomendaciones del **Estudio sobre la Sostenibilidad y la Circularidad de la Moda en Canarias 2024** están diseñadas para maximizar las fortalezas identificadas en la *Evaluación de Impacto* llevada a cabo por Agile Seller, abordar las barreras principales y posicionar a los diseñadores y marcas locales como referentes en sostenibilidad e innovación, lo que permite afrontar su internacionalización.

Estas propuestas, adaptadas a las realidades locales, pretenden consolidar un ecosistema regional competitivo, promover modelos de negocio circulares y fomentar sinergias intersectoriales. El enfoque radica en un acompañamiento específico y práctico que permita a diseñadores y marcas locales desarrollar proyectos concretos y alcanzar sus objetivos individuales. Así, se refuerza la identidad cultural, se estimulan nuevas oportunidades de negocio y se impulsa la sostenibilidad como eje transversal del sector.

1. Promoción del Uso de Materiales Locales

Definición: Impulsar la investigación, producción y uso de recursos autóctonos sostenibles como la fibra de platanera, la seda de La Palma y otros materiales con potencial para el diseño textil.

Objetivo general: Reducir la dependencia de materiales importados y fortalecer la economía local.

Acciones:

- Crear alianzas entre productores de fibras naturales y diseñadores locales para fomentar la experimentación.
- Identificar materiales subutilizados en otros sectores, como la agricultura, para su incorporación en procesos textiles.
- Facilitar procesos de certificación que avalen el origen y sostenibilidad de estos recursos.



2. Integración de la Economía Circular

Definición: Desarrollar estrategias que prolonguen la vida útil de los productos, fomenten el reuso y minimicen los residuos textiles.

Objetivo general: Establecer modelos de producción y consumo sostenibles en toda la cadena de valor.

Acciones:

- Implementar programas de reacondicionamiento y reciclaje para diseñadores locales.
- Facilitar colaboraciones entre marcas para compartir recursos logísticos y materiales reciclados.
- Introducir incentivos para proyectos que incorporen estrategias de economía circular en su diseño.





3. Incorporación de Técnicas de Ecodiseño Avanzado

Definición: Diseñar prendas que sean sostenibles desde su concepción, con un enfoque en durabilidad, reciclabilidad y multifuncionalidad.

Objetivo general: Reducir el impacto ambiental del diseño textil y aumentar el valor de los productos.

Acciones:

- Acompañar proyectos que integren patrones cero residuos y materiales fácilmente reciclables.
- Desarrollar iniciativas de diseño modular para mejorar la reparabilidad y versatilidad de las prendas.
- Apoyar a marcas locales en la implementación de conceptos de diseño regenerativo.

4. Implementación de Sistemas de Trazabilidad Básicos

Definición: Establecer mecanismos que permitan rastrear el origen y la cadena de suministro de las prendas, garantizando transparencia y optimización.

Objetivo general: Fortalecer la confianza de consumidores y socios comerciales mediante una mayor claridad en los procesos.

Acciones:

- Introducir tecnologías accesibles como códigos QR para rastrear el origen de los productos.
- Optimizar la gestión de proveedores, fomentando la evaluación de sostenibilidad como criterio clave.
- Desarrollar informes de trazabilidad accesibles para marcas certificadas.



5. Innovación mediante Tecnologías Emergentes

Definición: Incorporar tecnologías como la impresión 3D y los biomateriales para mejorar la sostenibilidad y eficiencia de la producción textil.

Objetivo general: Explorar nuevas capacidades productivas que reduzcan costes y residuos.

Acciones:

- Apoyar a diseñadores y marcas locales en la implementación de impresión 3D para prototipos.
- Facilitar el acceso a materiales como bioplásticos derivados de algas o desechos orgánicos.
- Fomentar proyectos piloto que utilicen tecnologías emergentes para crear colecciones innovadoras.



6. Integración de la Gestión de Residuos Textiles

Definición: Optimizar la gestión de desechos textiles en el archipiélago mediante estrategias de reciclaje y valorización, adaptándose a la normativa vigente sobre Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP)-

Objetivo general: Reducir el volumen de residuos generados por el sector.

Acciones:

- Proveer herramientas que faciliten la gestión eficiente de residuos dentro de los talleres de confección y producción textiles.
- Crear un sistema centralizado de recolección y reciclaje para pequeñas marcas.
- Identificar oportunidades para transformar desechos en materiales útiles para otros sectores.





7. Acompañamiento en Procesos de Certificación y Mejora Continua

Definición: Facilitar la integración de estándares europeos mediante un acompañamiento específico y personalizado.

Objetivo general: Garantizar que las marcas cumplan con los requisitos mínimos para ser reconocidas como sostenibles.

Acciones:

- Ofrecer sesiones 1:1 para desarrollar proyectos alineados con las normativas.
- Diseñar informes personalizados con oportunidades de mejora adaptadas a cada marca.
- Monitorizar resultados para asegurar una mejora continua post-certificación.

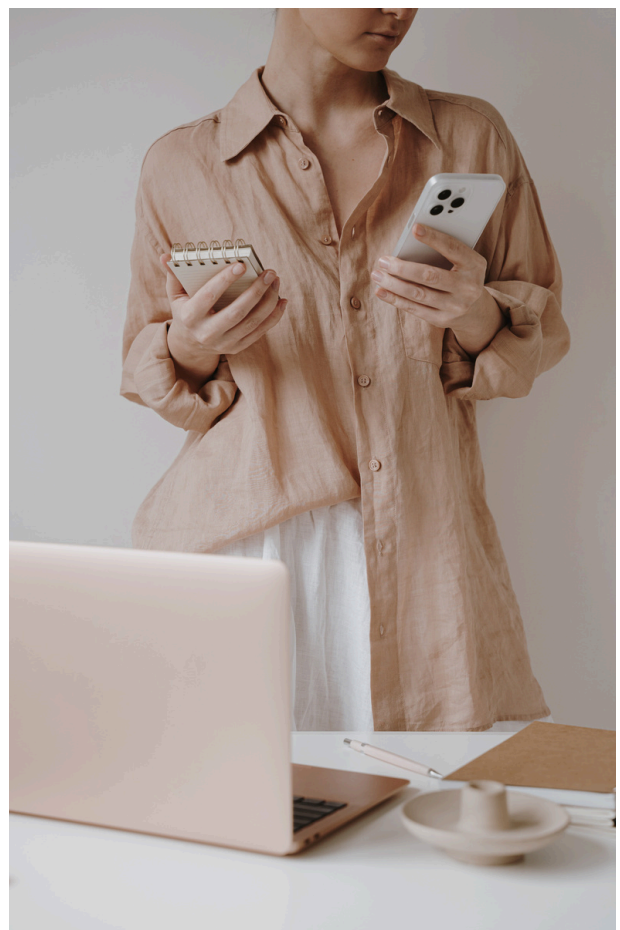
8. Comunicación Estratégica

Definición: Desarrollar estrategias de comunicación que resalten el impacto y los valores diferenciales de los diseñadores y las marcas locales.

Objetivo general: Incrementar el reconocimiento y la conexión emocional con los consumidores.

Acciones:

- Construir campañas narrativas que destaquen las historias detrás de cada firma.
- Fomentar colaboraciones con medios internacionales para amplificar la visibilidad.
- Identificar influencers que compartan los valores de sostenibilidad para promover las marcas.



9. Innovación en Modelos Comerciales

Definición: Desarrollar nuevas vías de comercialización, como plataformas omnicanal y estrategias B2B, adaptadas al mercado insular e internacional, con especial atención a los valores de sostenibilidad, calidad y diseño.

Objetivo general: Aumentar las oportunidades de negocio para los diseñadores y marcas locales.

Acciones:

- Diseñar plataformas de comercio electrónico regionales con enfoque en moda sostenible.
- Facilitar el acceso a redes de compradores internacionales interesados en productos éticos.
- Incentivar la venta directa a través de modelos personalizados para el turismo sostenible.



10. Desarrollo del Ecosistema Regional

Definición: Crear un entorno colaborativo que conecte sectores clave, como la agricultura y el turismo, con la moda sostenible.

Objetivo general: Fortalecer la integración económica regional mediante sinergias intersectoriales.

Acciones:

- Establecer un hub físico o virtual para conectar diseñadores, productores y distribuidores.
- Promover el uso de subproductos agrícolas como insumos para el diseño textil.
- Desarrollar acuerdos con el sector turístico para incluir la moda sostenible en experiencias locales.



REFERENCIAS

- **Directiva (UE) 2024/825 de Empoderamiento de los Consumidores para la Transición Ecológica:** Regula la transparencia de las declaraciones medioambientales, estableciendo requisitos para evitar el greenwashing.
- **Reglamento (UE) 781/2024 de Ecodiseño:** Define requisitos para el diseño sostenible, incluyendo el Pasaporte Digital del Producto y la trazabilidad de las cadenas de suministro.
- **Ley 7/2022 de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular:** Marco regulador para la gestión de residuos textiles, incluyendo la prohibición de destrucción de excedentes no vendidos.
- **The Sustainable Fashion Communication Playbook (2023), UNEP:** Guía para la comunicación transparente en moda sostenible, con foco en evitar afirmaciones ambiguas y fomentar la confianza del consumidor.
- **Normativa REACH y Reglamento de Microplásticos (2023):** Estándares europeos para la gestión de sustancias químicas y la limitación de microplásticos en procesos textiles.
- **Estrategia para la Circularidad y Sostenibilidad de los Productos Textiles (2022):** Directrices europeas para la transición hacia una economía circular en el sector de la moda.
- **Informes ESG y Reglamento de Taxonomía (2020):** Requisitos de divulgación de sostenibilidad, alineados con los objetivos ambientales de la Unión Europea