

ECONOMÍA CIRCULAR:

Tiendas off-price contribuyen a la reducción de desperdicio textil

Se trata de un modelo muy conocido en Europa y Estados Unidos, que permite optimizar la rotación de inventarios y redistribuir productos que de otro modo quedarían sin venderse.

TRINIDAD VALENZUELA V.

En mayo de 2023, una imagen satelital mostró toneladas de ropa abandonada en el desierto de Atacama, provocando una fuerte reacción mundial. Posteriormente, se reveló una postal aún más alarmante: la quema de estos residuos.

"Algunos fueron quemados y otros enterrados", apunta Franklin Zepeda, CEO de Procitex, empresa que busca reducir la contaminación textil en Atacama mediante la conversión de estos residuos en materia prima. Zepeda cuenta que la mayoría de los desechos proviene del *fast fashion* y el abanico de prendas es amplio: desde ropa totalmente nueva hasta piezas deterioradas.

Según Waste Managed, la industria de la moda genera 92 millones de toneladas de desechos textiles al año en el mundo, lo que representa el 10% de las emisiones de carbono globales. El 87% de las fibras utilizadas en la confección de ropa se deposita en vertederos o se incinera, y menos del 1% se recicla en nuevas prendas.

Un informe de la Agencia Europea de Medio Ambiente (EEA) entrega más datos preocupantes: entre el 4% y el 9% de los textiles que se introducen en el mercado europeo se destruyen sin llegar a ser usados. El procesamiento y destrucción de textiles genera hasta 5,6 millones de toneladas de emisiones de CO₂.

Para combatir este problema, la Unión Europea prohibirá desde 2026 la destrucción de textiles y calzado no vendidos, promoviendo prácticas circulares en la industria de la moda. Esta medida forma parte del Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles y entrará en vigor dos años después de la aprobación de la ley, eximiendo a pequeñas y microempresas, mientras que las medianas se verán afectadas tras seis años.

Segmento en expansión

Una alternativa para gestionar los desechos de la moda son las tiendas *off-price*, o de descuento, que venden productos de marca a precios más bajos que los minoristas tradicionales. Estos locales adquieren inventario excedente, como productos de temporadas anteriores, devoluciones o *overstock*, directamente de los fabricantes y por comprar en grandes cantidades o liquidaciones trasladan los ahorros obtenidos a los consumidores.



Las cadenas off-price compran directamente a los fabricantes y, al hacerlo en grandes cantidades o liquidaciones, trasladan los ahorros obtenidos a los consumidores.

A diferencia de los outlets chilenos, que están a las afueras de la ciudad, estas tiendas se ubican en lugares estratégicos, como zonas comerciales o cerca de barrios residenciales.

Alfonso Astudillo, Managing Director & Partner de la consultora BCG, explica que este modelo fomenta la economía circular al optimizar la rotación de inventarios y redistribuir productos que de otro modo quedarían sin vender. "Permite que las prendas no vendidas encuentren un mercado, prolongando su ciclo de vida útil y

evitando que terminen en prácticas que tienen un alto costo ambiental", explica. También, dice, responde a las necesidades de distintos segmentos de consumidores, lo que alinea los objetivos comerciales con prácticas más sostenibles.

En Estados Unidos, las tiendas *off-price* son muy populares, algo crucial dado que el estadounidense promedio desecha alrededor de 37 kg de ropa al año, según Waste Managed. Algunos ejemplos son Marshalls, TJ Maxx, Burlington y Ross Dress for Less que, a diferencia de los *outlets* chilenos, que están a las afueras de la ciudad, se ubican en lugares estratégicos, como zonas comerciales o cerca de barrios residenciales.

En Europa, las más conocidas son

Dress-for-Less, Limango, Veepee, Zalando Lounge y TJ Maxx. Allí este segmento ha crecido rápidamente, superando al mercado general de la moda antes de la pandemia y proyectando una expansión cinco veces más rápida que el segmento a precio completo entre 2025 y 2030, según el estudio de McKinsey & Company "Mastering off-price fashion in an omnichannel world".

El informe agrega que las marcas están adoptando estrategias *off-price* para gestionar volúmenes, ofrecer descuentos sin dañar la imagen de la marca y atraer nuevos clientes. Pero la demanda por prácticas más sostenibles también impulsa este segmento, ya que evita la destrucción de inventario.

CIFRAS

El desafío de lograr cero desechos

En 50%

se reduciría la cantidad de desechos sólidos municipales al año, adoptando el modelo *zero-waste*, esto es, menos de 2 mil millones de toneladas.

En 40%

disminuiría la cantidad de basura que llega a los vertederos para el 2050, es, en el escenario óptimo de cero desechos.

4 mil millones

de toneladas de desechos sólidos municipales se generarían anualmente en 2050 si es que no se toman medidas.

Fuente: Foro Económico Mundial