

Investigación de Mercado sobre el Comportamiento del Consumidor de la Moda Rápida en México

Mayo 2025



Índice

Resumen Ejecutivo

1. Introducción a la Moda Rápida en México

- 1.1. Definición y Características del Fast Fashion
- 1.2. Contexto del Mercado Mexicano de la Moda

2. Panorama del Mercado de la Moda Rápida en México

- 2.1. Crecimiento y Tendencias Clave
- 2.2. Principales Marcas y Actores del Mercado
- 2.3. Estadísticas Generales del Sector Textil y de la Confección en México

3. Perfil y Hábitos del Consumidor Mexicano de Moda Rápida

- 3.1. Características Demográficas y Socioeconómicas (Edad, Género, Ingresos, Escolaridad)
- 3.2. Frecuencia y Gasto Promedio en Compras de Ropa
- 3.3. Canales de Compra Preferidos (Online vs. Offline)

4. Factores que Influyen en la Decisión de Compra

- 4.1. Precio y Accesibilidad
- 4.2. Tendencias y Redes Sociales
- 4.3. Calidad y Durabilidad

5. Impacto de la Moda Rápida en México

- 5.1. Impacto Ambiental
- 5.2. Impacto Social y Laboral
- 5.3. Impacto Económico

6. Percepción del Consumidor y Conciencia sobre Sostenibilidad

- 6.1. Actitudes hacia el Impacto Ambiental y Ético
- 6.2. Interés en la Moda Sostenible y Alternativas

7. Alternativas y el Futuro de la Moda en México

- 7.1. Moda Sostenible y Economía Circular
- 7.2. Consumo de Segunda Mano y Reutilización
- 7.3. Recomendaciones Estratégicas

Conclusiones

Resumen Ejecutivo

El presente informe de investigación de mercado analiza el comportamiento del consumidor de moda rápida en México, un segmento dinámico y de rápido crecimiento que, no obstante, enfrenta crecientes desafíos relacionados con la sostenibilidad y la ética.



La moda rápida se caracteriza por la oferta constante de prendas de bajo costo que imitan las últimas tendencias, impulsando un ciclo de compra frecuente y desecho rápido. Este modelo ha arraigado profundamente en el mercado mexicano, con un notable auge del comercio electrónico y la influencia de las redes sociales como catalizadores clave.

El consumidor mexicano de moda rápida es predominantemente joven, con una fuerte representación femenina y un nivel educativo significativo. Un considerable 28% de los

mexicanos adquiere ropa entre dos y tres veces al mes, lo que subraya una cultura de consumo acelerado.

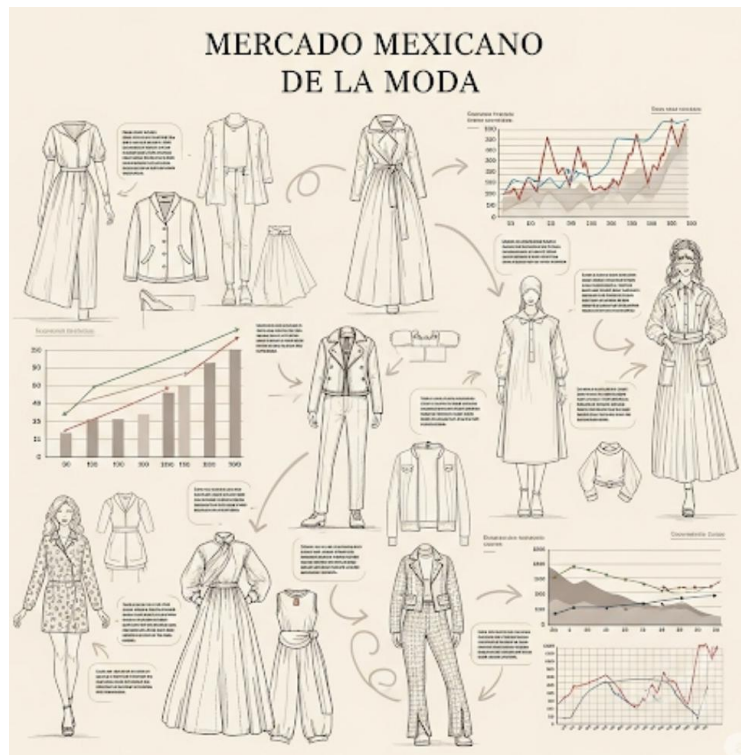
Las plataformas en línea dominan las preferencias de compra, con Shein emergiendo como líder indiscutible, impulsado por sus estrategias de precios competitivos y promociones. Los factores decisivos en la compra incluyen el precio, la accesibilidad, la variedad y la alineación con las tendencias actuales, con una creciente, aunque aún incipiente, consideración por la sostenibilidad.

Sin embargo, este modelo de negocio conlleva impactos ambientales y sociales sustanciales, incluyendo la contaminación del agua y la tierra, la generación masiva de residuos textiles y preocupaciones sobre las prácticas laborales.

La industria textil y de la confección en México ha experimentado un declive en la manufactura, mientras que el comercio ha crecido,

posicionando al país más como un mercado de consumo que de producción para la moda rápida. A pesar de la creciente conciencia sobre estos impactos, existe una desconexión entre el conocimiento del consumidor y su disposición a adoptar alternativas sostenibles, a menudo percibidas como más costosas o menos convenientes.

El mercado de la moda sostenible en México está ganando tracción, impulsado por una demanda creciente de productos ecológicos y éticos.



Alternativas como la compra de segunda mano, la reutilización y la reparación de prendas, junto con el desarrollo de materiales innovadores, ofrecen vías prometedoras hacia un consumo más responsable.

Para un futuro sostenible de la moda en México, se requiere un esfuerzo concertado de marcas, consumidores y políticas públicas que fomenten la transparencia, la calidad y la economía circular, transformando la percepción de valor más allá del precio y la inmediatez.

1. Introducción a la Moda Rápida en México

1.1. Definición y Características del Fast Fashion

El concepto de moda rápida, o *fast fashion*, se ha consolidado como un modelo de negocio predominante en la industria textil global. Se define por la capacidad de ofrecer a los consumidores una rotación constante de prendas a precios sumamente bajos, lo que incentiva la compra frecuente y el descarte acelerado de la ropa.

Esta dinámica se debe, en parte, a la mala calidad intrínseca de muchas de estas prendas, diseñadas para una vida útil corta. La esencia de la "rapidez" en este contexto no solo alude a la agilidad de los procesos de producción y venta, sino también, y de manera crucial, a la brevedad del tiempo que el consumidor utiliza la prenda. Este modelo permite a los individuos lucir una apariencia moderna y actualizada sin incurrir en grandes gastos.

Las características fundamentales de la moda rápida incluyen ciclos de diseño y producción extremadamente ágiles, cuyo objetivo es minimizar el lapso entre la identificación de una tendencia de moda y la disponibilidad de los productos en tiendas físicas y plataformas en línea. La estrategia se basa en la introducción constante de nuevas colecciones y la imitación rápida de diseños y tendencias que emergen de las principales casas de moda a nivel mundial.

Para mantener los precios bajos, la moda rápida recurre frecuentemente al uso de materiales económicos como el poliéster, el nylon y el algodón convencional, lo que contribuye a la baja durabilidad de las prendas y, consecuentemente, a un significativo costo ambiental.

La aparente accesibilidad de la moda rápida, si bien es un motor de consumo, enmascara un costo real considerable que trasciende el precio de etiqueta. Las definiciones iniciales de la moda rápida destacan los "precios muy bajos" y la capacidad de ofrecer una "apariencia moderna a precios accesibles". Esta facilidad de acceso es, sin duda, el principal atractivo para el consumidor.

Sin embargo, los mismos análisis señalan las "consecuencias ambientales y sociales muy negativas" y la "mala calidad que presenta la ropa". El bajo costo monetario de estas prendas oculta el alto costo ambiental y ético asociado a su producción. Esto sugiere que los consumidores, atraídos

por la inmediatez y el bajo precio, pueden no ser plenamente conscientes o internalizar el "costo real" de estas prendas más allá de la etiqueta. Esta desconexión fomenta un ciclo de sobreconsumo y desecho, creando una barrera significativa para la adopción de alternativas sostenibles, que a menudo conllevan un precio inicial más elevado.

La naturaleza dual de la "rapidez" es un aspecto crítico de este modelo. La definición explícita de "rapidez" en la moda no solo se refiere a la velocidad de producción y venta, sino también a la "brevedad del tiempo que la usamos". Esta doble connotación es fundamental. No se trata únicamente de la agilidad de la cadena de suministro para introducir tendencias en el mercado, sino también de la corta vida útil inherente al producto, frecuentemente atribuible a su "mala calidad".

Esta dualidad subraya la insostenibilidad fundamental del modelo. La moda rápida está intrínsecamente diseñada para una rotación acelerada, no para la longevidad, lo que la convierte en un desafío inherente para cualquier intento de hacerla más sostenible sin alterar su esencia. La "rapidez" es, por tanto, tanto su ventaja comercial como su principal problema ambiental.

1.2. Contexto del Mercado Mexicano de la Moda

La industria de la moda en México ha experimentado transformaciones radicales en las últimas décadas, obligando a las empresas del sector a adaptarse a nuevos contextos y demandas del mercado. El modelo de moda rápida ha logrado una presencia dominante, encontrándose en prácticamente cualquier centro comercial del país.

El mercado de la moda rápida en México se caracteriza por un crecimiento acelerado. Este dinamismo es impulsado por varios factores clave: la constante demanda del consumidor por ropa moderna y a la última moda, el vertiginoso crecimiento del comercio electrónico, las innovaciones en la cadena de suministro global que permiten una producción y entrega más rápidas, y la considerable influencia de las redes sociales y los *influencers* en la configuración de los hábitos de compra.

A pesar de su impresionante expansión, el mercado mexicano de la moda rápida enfrenta desafíos significativos, principalmente relacionados con la sostenibilidad, las prácticas laborales y el impacto ambiental. Existe una conciencia creciente entre los consumidores mexicanos, lo que se traduce en una demanda cada vez mayor de productos ecológicos, fabricación ética y cadenas de suministro transparentes.

La paradoja del crecimiento y la conciencia creciente es una dinámica notable en el mercado mexicano. El mercado está "creciendo rápidamente", pero al mismo tiempo, "enfrenta desafíos" relacionados con la sostenibilidad y el impacto ambiental. Paralelamente, se observa que "a medida que los consumidores crecen más conscientes, la demanda aumenta para productos ecológicos".

Esta situación paradójica indica que, si bien el mercado se expande gracias al atractivo de la moda rápida, la creciente conciencia sobre sus efectos negativos impulsa simultáneamente la demanda de alternativas más responsables. Esta dinámica sugiere un punto de inflexión potencial en el mercado mexicano, donde las marcas que no aborden la sostenibilidad de manera proactiva podrían enfrentar una presión creciente, mientras que aquellas que se adapten podrían capturar un segmento de consumidores en expansión. El futuro crecimiento del mercado podría depender, en gran medida, de su capacidad para integrar prácticas sostenibles de manera genuina.

La digitalización se presenta como un arma de doble filo en este contexto. El "auge del comercio electrónico" y la "influencia de las redes sociales" son identificados como factores clave de crecimiento. Sin embargo, se observa que plataformas como Shein, que venden ropa muy barata importada de Asia, están "acentuando el problema" de la moda rápida en México. Esto demuestra que, si bien las plataformas digitales facilitan el acceso y el crecimiento del mercado, también amplifican los aspectos negativos de la moda rápida, como el consumo masivo y la baja calidad asociada a la explotación laboral.

La transformación digital no es intrínsecamente beneficiosa o perjudicial; su impacto depende de cómo se utilice. En el contexto de la moda rápida, acelera tanto el consumo como las consecuencias negativas, pero también ofrece un canal para promover alternativas sostenibles y aumentar la conciencia, lo que abre una ventana de oportunidad para un cambio positivo.

2. Panorama del Mercado de la Moda Rápida en México

2.1. Crecimiento y Tendencias Clave

El mercado de la moda rápida en México está experimentando un crecimiento acelerado, consolidándose como un sector de alta relevancia económica. El comercio electrónico, en particular, ha emergido como un motor fundamental para el crecimiento de los sectores de moda y calzado en el país. Las proyecciones indican que para el año 2025, la moda alcanzará el tercer puesto en términos de ingresos generados a través de canales online, superada únicamente por las categorías de electrónica y alimentos. En 2023, el porcentaje de mexicanos que adquirieron ropa y accesorios en línea alcanzó el 43%, lo que refleja una fuerte adopción de este canal de compra.

Las tendencias clave que marcan la evolución de este mercado incluyen:

- **Producción y Distribución Rápida:** Las marcas de moda rápida se enfocan en minimizar el tiempo desde la identificación de una tendencia hasta la disponibilidad del producto en el punto de venta.
- **Auge del Comercio Electrónico:** El incremento de las compras en línea ha modificado el panorama de la moda, facilitando a los consumidores el acceso a las últimas tendencias.
- **Influencia de las Redes Sociales:** Plataformas como Instagram, TikTok y Pinterest juegan un papel crucial en la formación de los gustos de los consumidores y en la rápida adopción de nuevas tendencias de moda.
- **Enfoque en Sostenibilidad:** La creciente preocupación de los consumidores por el medio ambiente está impulsando a las marcas de moda rápida a integrar materiales más sostenibles y procesos de producción éticos en sus operaciones.
- **Experiencia de Compra Personalizada:** Las marcas están implementando tecnologías como la inteligencia artificial (IA) para ofrecer recomendaciones de productos y experiencias de compra a medida.
- **Transformación Digital:** Las empresas de moda rápida están expandiendo su presencia digital, ofreciendo colecciones exclusivas en línea y utilizando la IA para mejorar la experiencia del cliente y agilizar las entregas.

- **Estrategias Centradas en el Consumidor:** Las compañías están invirtiendo en la mejora de la experiencia de compra en línea, proporcionando servicios personalizados, herramientas avanzadas de tallaje y contenido generado por el usuario.

La interconexión entre la digitalización y la sostenibilidad es una observación importante en este mercado. Se observa que el "auge del comercio electrónico", la "influencia de las redes sociales" y el "enfoque de sostenibilidad" son tendencias en evolución y factores de crecimiento. Esto sugiere que, si bien los canales digitales aceleran el modelo de moda rápida, también se están convirtiendo en plataformas cruciales para promover y facilitar prácticas sostenibles.

Las marcas están utilizando la transformación digital tanto para la eficiencia y rapidez de la moda rápida como para los esfuerzos de sostenibilidad, como el uso de telas ecológicas y la aplicación de estándares laborales éticos. Esto implica que la innovación digital no se limita a la velocidad y la conveniencia; se está convirtiendo cada vez más en un campo de batalla para la sostenibilidad. Las marcas deben aprovechar las herramientas digitales no solo para las ventas, sino también para la transparencia y la comunicación de sus compromisos éticos, ya que los consumidores conscientes buscan activamente esta información.

La evolución de los valores del consumidor se refleja en las tendencias del mercado. La "demanda del consumidor de ropa moderna" impulsa la moda rápida, pero simultáneamente, la "demanda aumenta para productos ecológicos". Esto indica que la base de consumidores, aunque valora las tendencias y la inmediatez, también se está volviendo más exigente con respecto al origen y el impacto de sus compras.

El mercado está evolucionando para satisfacer ambos deseos, incluso si parecen contradictorios en el modelo tradicional de moda rápida. Las marcas que logren cerrar la brecha entre la moda de tendencia y la sostenibilidad obtendrán una ventaja competitiva significativa. Esto requiere modelos de negocio innovadores que trasciendan el paradigma tradicional de la moda rápida, enfocándose en un valor más holístico para el consumidor.

2.2. Principales Marcas y Actores del Mercado



En el panorama del comercio electrónico de moda en México, Shein se posiciona como el líder indiscutible, capturando una cuota significativa del tráfico de búsqueda orgánica. Le siguen de cerca marcas como H&M, Suburbia, Zara, Dior, Farfetch, Mercado Shops y Andrea. El éxito de Shein se atribuye a su estrategia digital agresiva, que incluye programas de descuentos, envíos gratuitos y promociones exclusivas para sus compradores frecuentes, consolidando su posición como una de las marcas favoritas en el comercio electrónico de moda en México.

Zara, otro actor importante, también ha capitalizado la digitalización a través de una plataforma de comercio electrónico intuitiva y una fuerte presencia en redes sociales, complementando la experiencia del cliente con tecnologías como la realidad aumentada en tiendas físicas.

Más allá de los líderes del *e-commerce*, el mercado mexicano de la moda incluye una diversidad de marcas con diferentes propuestas de valor. En discusiones entre consumidores sobre la durabilidad y la calidad de las prendas, se mencionan marcas como Levi's, Wrangler, Lee, American Eagle, Dockers, Nautica, Perry Ellis, Oggi, Silver Plate, Ralph Lauren, GAP, El Ganso, CK, Kirkland (Costco), Optima, Dickies, Riders y Weekend (marca de Suburbia). Es relevante destacar que, en estas conversaciones, algunas de estas marcas son explícitamente diferenciadas de la "moda rápida" por los consumidores que buscan mayor longevidad en sus prendas, incluso llegando a criticar a marcas como H&M y Old Navy por su falta de resistencia.

El contraste entre la dominancia del *ultra-fast fashion* y la percepción de calidad del consumidor es un fenómeno notable. Shein, una marca conocida por su modelo ultra-rápido y de bajo costo, es el "líder indiscutible" en el *e-commerce* de moda en México. Sin embargo, en foros de discusión, se revela una fuerte demanda de los consumidores por durabilidad y calidad, con usuarios debatiendo qué marcas perduran más y rechazando explícitamente a ciertas marcas de moda rápida por su falta de resistencia. Esto expone una desconexión significativa entre lo que los consumidores compran, impulsados por el precio y las tendencias, y lo que valoran, que es la durabilidad y la calidad. Esta situación sugiere una oportunidad para las marcas que puedan ofrecer un equilibrio entre tendencia y longevidad, o para un segmento creciente de consumidores dispuestos a invertir más en prendas que duren, a pesar de la omnipresencia del *ultra-fast fashion*.

La influencia de las plataformas en línea en la percepción de marca es innegable. La clasificación de las marcas de *e-commerce* por tráfico de búsqueda orgánica demuestra cómo la visibilidad en línea se traduce directamente en liderazgo de mercado. Al mismo tiempo, las discusiones

en redes sociales revelan cómo las percepciones de los consumidores sobre la calidad y durabilidad de las marcas se forman y comparten en línea, influyendo en las decisiones de compra más allá del precio o la moda. Las marcas deben gestionar su presencia en línea no solo para impulsar las ventas, sino también para la gestión de la reputación, especialmente en lo que respecta a la calidad del producto y las afirmaciones de sostenibilidad. Los consumidores están activamente discutiendo y evaluando estos aspectos en los espacios digitales, lo que requiere una estrategia de comunicación más transparente y receptiva.

2.3. Estadísticas Generales del Sector Textil y de la Confección en México

La industria de la moda en México es un sector complejo que abarca tanto la manufactura como el comercio de productos textiles y de vestir. En el ámbito manufacturero, incluye actividades como la preparación e hilado de fibras, la fabricación de hilos, el acabado de productos textiles, la confección de alfombras y blancos, y la fabricación de prendas de vestir. En el segmento comercial, se distinguen el comercio al por mayor y al por menor de ropa, bisutería, accesorios de vestir y calzado.

En 2014, la industria de la moda representó el 6.4% del total de unidades económicas del país, empleando a 1,099,346 personas, lo que constituyó el 5.1% de la ocupación nacional, y generó el 2.0% de la producción total. La distribución de la producción bruta en 2014 mostró que el 73.5% provino de las manufacturas, mientras que el 26.5% restante correspondió al comercio. Dentro del comercio, el comercio al por menor de ropa, bisutería y accesorios de vestir fue el segmento más significativo con el 53.2% de la producción, seguido por el comercio al por menor de calzado con el 21.4%.

El personal ocupado en la industria de la moda ha permanecido relativamente estable a lo largo del tiempo, aunque se ha observado una reducción en el empleo manufacturero y un aumento en el sector comercial. En promedio, la industria general emplea a 4 personas por unidad económica, mientras que las manufacturas emplean a 10 y el comercio a 2. Un aspecto demográfico relevante es la alta participación femenina en la fuerza laboral de la industria, especialmente en el comercio (62.9%) y en la fabricación de prendas de vestir (61.8%).

Datos más recientes, correspondientes al cuarto trimestre de 2024, indican que el comercio al por menor de ropa, bisutería y accesorios de vestir registró un Producto Interno Bruto (PIB) de \$3.37 mil millones de MXN. Este sector contaba con 240,920 unidades económicas y una población ocupada de 384,000 personas en el tercer trimestre de 2024. El salario

promedio mensual en este segmento fue de \$3.53 mil MXN en el tercer trimestre de 2024. La fuerza laboral en el comercio al por menor de ropa, bisutería y accesorios sigue siendo predominantemente femenina (64.9%), con una edad promedio de 44.7 años y un promedio de 9.35 años de escolaridad.

En cuanto a la Inversión Extranjera Directa (IED), el comercio al por menor de ropa, bisutería y accesorios de vestir acumuló US204 millones entre enero de 1999 y diciembre de 2024, con las nuevas inversiones constituyendo el componente principal (US133 millones). Las entidades federativas que históricamente han recibido la mayor IED en este sector son Ciudad de México (US103 millones), Jalisco (US34.9 millones) e Hidalgo (US16.2 millones). Los principales países inversores han sido Estados Unidos (US86.5 millones), España (US45.6 millones) e Italia (US21.6 millones).

La fuerza laboral predominantemente femenina en la industria de la moda en México, especialmente en el comercio y la manufactura, combinada con las preocupaciones sobre salarios bajos y condiciones laborales precarias en el contexto de la moda rápida, sugiere un problema de justicia social significativo dentro de la cadena de suministro. Los beneficios económicos de este modelo pueden depender desproporcionadamente de la mano de obra vulnerable de las mujeres, haciendo que las prácticas laborales éticas sean un área crítica para la mejora y el escrutinio del consumidor.

Se observa un desplazamiento de la manufactura al comercio en la industria de la moda mexicana. Aunque el empleo total en la industria se mantuvo estable, la manufactura experimentó una reducción, mientras que el comercio aumentó. Además, la producción de la industria mexicana textil y de la confección ha venido en declive desde la entrada de China a la Organización Mundial del Comercio en 2001, mientras que el crecimiento del comercio electrónico ha favorecido el problema de la moda rápida. Esto apunta a un cambio estructural en el papel de México dentro de la cadena de suministro global de la moda rápida.

México se está consolidando cada vez más como un mercado de consumo y distribución, en lugar de un centro de manufactura primario, especialmente para la moda rápida que depende de importaciones baratas de Asia. Este cambio tiene implicaciones para la creación de empleo doméstico en la manufactura y resalta la posición del país como un importante mercado consumidor.

Tabla 1: Estadísticas Clave de la Industria de la Moda en México

Indicador	Valor (Año/Periodo)	Fuente	Notas
Unidades Económicas Totales (Industria de la Moda)	6.4% del total nacional (2014)	INEGI	Empresas dedicadas a fabricación y comercio de moda.
Unidades Económicas (Comercio al por Menor de Ropa, Bisutería y Acc.)	240,920 (2024-T4)	Data México	Rama industrial 4632.
Personal Ocupado Total (Industria de la Moda)	1,099,346 (5.1% del total nacional) (2014)	INEGI	Incluye manufactura y comercio.
Personal Ocupado (Comercio al por Menor de Ropa, Bisutería y Acc.)	384,000 (2024-T3)	Data México	Rama industrial 4632.
Producción Bruta Total (Industria de la Moda)	2.0% de la producción nacional (2014)	INEGI	73.5% manufactura, 26.5% comercio.
Producto Interno Bruto (Comercio al por Menor de Ropa, Bisutería y Acc.)	\$3.37 mil millones MXN (2024-T4)	Data México	Crecimiento de 10.5% respecto al año anterior.
Salario Promedio Mensual (Comercio al por Menor de Ropa, Bisutería y Acc.)	\$3.53 mil MXN (2024-T3)	Data México	
Población Ocupada Femenina (Comercio al por Menor de Ropa, Bisutería y Acc.)	64.9% (2024-T3)	Data México	Edad promedio 44.7 años, escolaridad 9.35 años.
IED Acumulada	US\$204 millones	Data México	Nuevas

Indicador	Valor (Año/Periodo)	Fuente	Notas
(Comercio al por Menor de Ropa, Bisutería y Acc.)	(Ene 1999-Dic 2024)		inversiones (US\$133M), cuentas entre compañías (US\$52.1M), reinversión de utilidades (US\$18.4M).
Principal País Inversor de IED (Ene 1999-Dic 2024)	Estados Unidos (US\$86.5M)	Data México	Seguido por España (US\$45.6M) e Italia (US\$21.6M).

Esta tabla proporciona una visión cuantitativa y concisa de la magnitud, contribución económica y características laborales de la industria de la moda en México. Al consolidar datos de diferentes años y fuentes, permite una comprensión rápida de la evolución y el estado actual del sector. Destaca la importancia del comercio minorista y la fuerza laboral femenina, lo que sienta las bases para discusiones sobre impactos socioeconómicos y dinámicas del mercado. Además, la inclusión de datos de IED ofrece una perspectiva sobre el interés y la confianza de los inversores extranjeros en el segmento minorista de la moda mexicana.

3. Perfil y Hábitos del Consumidor Mexicano de Moda Rápida

3.1. Características Demográficas y Socioeconómicas (Edad, Género, Ingresos, Escolaridad)

El perfil del consumidor mexicano de moda rápida se caracteriza por ciertos rasgos demográficos y socioeconómicos distintivos. En cuanto al género, las mujeres constituyen la mayoría de los compradores, representando el 68% de las adquisiciones de ropa en México. Una encuesta realizada en la Zona Metropolitana de Guadalajara reafirma esta tendencia, indicando que el 80.9% de los encuestados se identificaban como mujeres. El perfil ideal del consumidor de moda rápida a menudo se centra en mujeres jóvenes.

Respecto a la edad, la población joven en México, específicamente el rango de 14 a 30 años, es el grupo demográfico que exhibe el mayor consumo de ropa y calzado. Estudios más específicos identifican a los jóvenes de 21 a 30 años como los principales consumidores de marcas de moda rápida en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Otro análisis propone un perfil ideal de mujeres entre 26 y 30 años. Además, el grupo de edad entre 26 y 40 años muestra la mayor penetración en las compras de moda a través de canales en línea.

En términos de nivel educativo, una proporción significativa de los consumidores de moda rápida en Guadalajara posee educación superior, con el 70.4% de los encuestados con licenciatura y el 19.8% con maestría o doctorado. En cuanto a los ingresos, el 35.5% de los consumidores encuestados en Guadalajara reportaron un ingreso mensual de \$11,601.00 a \$35,000.00 MXN, y un 8.6% percibía \$35,000.00 MXN o más. Un perfil de consumidor ideal sugiere ingresos mensuales entre \$10,000 y \$15,000 MXN, destacando que la clase media mexicana destina más del 58% de sus ingresos a vestimenta y calzado.

Es pertinente señalar que los estudios disponibles se centran en ubicaciones específicas como la Zona Metropolitana de Guadalajara e Hidalgo, lo que implica que los hallazgos pueden presentar variaciones regionales en el comportamiento del consumidor a nivel nacional. Un aspecto importante es la existencia de un segmento de consumidores "educados pero indiferentes". A pesar de que un alto porcentaje de consumidores de moda rápida posee grados universitarios, un estudio revela que un segmento significativo de mujeres jóvenes (20-25 años) con conocimiento del fast fashion son "indiferentes a las distintas alternativas" o "no están dispuestos a utilizarlas".

Otro grupo de mujeres en el mismo rango de edad ni siquiera tiene

"conocimiento sobre el significado de fast fashion" y también muestra indiferencia hacia las alternativas. Esto revela un panorama de consumo complejo donde el nivel educativo no se traduce automáticamente en hábitos de consumo sostenible. Existe una proporción considerable de consumidores que, a pesar de estar al tanto del concepto de moda rápida, no están dispuestos o son indiferentes a las alternativas, posiblemente debido a la sensibilidad al precio o la conveniencia. Esto sugiere que la conciencia por sí sola no es suficiente; el cambio de comportamiento requiere superar barreras como el costo, la accesibilidad y la percepción de inconveniencia de las opciones sostenibles.

La clase media emerge como un motor fundamental del consumo de moda rápida. Un perfil de consumidor ideal se centra en mujeres de 26 a 30 años con ingresos entre \$10,000 y \$15,000 MXN, con la afirmación explícita de que "la clase media gasta más del 58% de sus ingresos en vestimenta y calzado". Esto vincula directamente el consumo de moda rápida con los hábitos de gasto de la clase media mexicana. El crecimiento de la moda rápida en México está estrechamente ligado a la expansión y el poder adquisitivo de este segmento demográfico. Su alta propensión a gastar en ropa los convierte en un objetivo principal para las marcas de moda rápida.

Cualquier cambio hacia un consumo más sostenible requeriría transformaciones significativas en las prioridades de compra y los incentivos económicos para este grupo demográfico.

3.2. Frecuencia y Gasto Promedio en Compras de Ropa

La frecuencia de compra de ropa en México es notablemente alta, con un 28% de los mexicanos adquiriendo prendas entre 2 y 3 veces al mes. Este patrón de compra frecuente es particularmente pronunciado entre la población joven.

A nivel de hogares, el 72% de las familias mexicanas compraron ropa y el 63% compraron calzado en el último año.

Dentro de esta dinámica, existe un segmento de consumidores denominados "fashion lovers" que se distinguen por renovar su guardarropa con mayor frecuencia y un gasto superior al promedio de los hogares. En el ámbito de la ropa, estos "fashion lovers" invirtieron anualmente un promedio de \$4,316 MXN, cifra que casi triplica el gasto de una familia promedio. La distribución de su gasto en prendas se desglosa en 41% para tops (blusas, playeras y chamarras), 37% para *bottoms* (jeans, pantalón de vestir y casual), 13% para ropa interior y 10% para ropa de vestir (vestidos casuales, de noche y trajes de caballero).

En cuanto al calzado, los "fashion lovers" realizaron aproximadamente 5 visitas a puntos de venta al año, con un ticket promedio de \$621 MXN, resultando en un gasto anual de \$3,336 MXN. Sus preferencias de gasto se orientaron principalmente a tenis (49%), seguidos por zapatos (32%), botas (10%) y sandalias (9%).

La alta frecuencia de compra y la corta vida útil de las prendas de moda rápida contribuyen directamente a los problemas ambientales y de residuos. La estadística de que el 28% de los mexicanos compra ropa 2-3 veces al mes, combinada con la definición de moda rápida y la mención de que las prendas se usan solo 7-10 veces antes de ser desechadas, sugiere fuertemente una cultura del "armario desechable". El segmento de "fashion lovers" ejemplifica aún más este comportamiento de alta frecuencia y alto gasto. Esto indica una mentalidad del consumidor que prioriza la novedad y el bajo costo sobre la durabilidad y el valor a largo plazo, perpetuando un ciclo insostenible.

A pesar de la prevalencia del consumo rápido, existe un potencial sin explotar en la reparación y reutilización de prendas. Se sugieren explícitamente soluciones como reparar la ropa, apoyar a sastres y zapateros locales, y comprar prendas de segunda mano. Además, se aboga por reparar la ropa y organizar intercambios de prendas. Dada la alta frecuencia de compras y el rápido desecho, existe un volumen significativo de ropa potencialmente reutilizable o reparable.

Aunque los consumidores compren con frecuencia, hay una creciente conciencia y defensa de la extensión de la vida útil de las prendas. Esto señala una oportunidad significativa para que las empresas y las iniciativas gubernamentales promuevan modelos de economía circular (reparación, reutilización, reventa) como alternativas viables y atractivas, lo que podría desviar el comportamiento del consumidor del consumo puro de moda rápida.

3.3. Canales de Compra Preferidos (Online vs. Offline)

El crecimiento exponencial del comercio electrónico ha transformado de manera significativa el panorama de la moda en México, facilitando a los consumidores un acceso sin precedentes a las últimas tendencias. La evidencia indica una clara preferencia por los canales en línea: el 62% de los mexicanos compra ropa y calzado por internet. En 2023, el porcentaje de mexicanos que adquirieron ropa y accesorios en línea alcanzó el 43%, consolidando la moda como una de las categorías más populares en el *e-commerce*.

Los principales factores que impulsan la decisión de compra en línea son la conveniencia y la eficiencia. Entre los motivadores más citados se encuentran el envío a domicilio (64%), la comodidad y practicidad (58%), la posibilidad de realizar compras a cualquier hora (56%), la disponibilidad de ofertas y promociones (55%), y la facilidad y rapidez del proceso de compra (51%).

En cuanto a los principales minoristas en línea, Shein se mantiene como el líder indiscutible en el comercio electrónico de moda en México. Le siguen H&M, Suburbia, Zara, Dior, Farfetch, Mercado Shops y Andrea. En el mercado de moda en línea, mientras que grandes actores como Liverpool mantienen sus niveles y Amazon y Mercado Libre experimentan una ligera disminución en fidelidad, Shein es la única marca que logra aumentar la lealtad de sus clientes.

La "prima de la conveniencia" es un factor determinante en la moda rápida en línea. El alto porcentaje de compras en línea, impulsado por factores como la entrega a domicilio, la comodidad y la posibilidad de comprar en cualquier momento, sugiere que la conveniencia y la facilidad son primordiales para los consumidores mexicanos de moda rápida, posiblemente incluso más que solo el precio. La capacidad de acceder rápidamente a las tendencias sin salir de casa es un atractivo importante. Para las marcas, optimizar la experiencia de compra en línea (interfaces fáciles de usar, entrega rápida, devoluciones sencillas) es tan crítico como ofrecer precios competitivos. Para las alternativas sostenibles, superar la barrera de la conveniencia de la moda rápida es un desafío importante; necesitan hacer que la compra ética sea lo más fácil y accesible posible.

La ventaja de la lealtad de Shein en un mercado en línea altamente competitivo es un fenómeno digno de análisis. Se señala que, mientras grandes jugadores como Liverpool, Amazon y Mercado Libre están presentes, Shein es "la única marca que consigue aumentar la fidelidad de sus clientes". Esto es significativo en un mercado caracterizado por una intensa competencia. La capacidad de Shein para cultivar esta lealtad, posiblemente a través de su modelo de ultra-fast fashion, precios bajos y estrategias de marketing digital, le otorga una ventaja competitiva distintiva. Esto sugiere que la combinación de precio, novedad constante y una experiencia de compra en línea optimizada es una fórmula poderosa para captar y retener al consumidor mexicano en el segmento de la moda rápida.

4. Factores que Influyen en la Decisión de Compra

4.1. Precio y Accesibilidad

El precio y la accesibilidad son factores preponderantes en la decisión de compra del consumidor mexicano de moda rápida. La moda rápida se define por ofrecer prendas a "precios muy bajos", lo que permite a los consumidores lucir una "apariencia moderna a precios accesibles". Esta estrategia de precios es un motor clave del crecimiento del mercado. Para el consumidor mexicano, el precio es un determinante crucial, ya que 7 de cada 10 consumidores buscan activamente promociones y descuentos al momento de comprar. La moda rápida es intrínsecamente atractiva debido a su bajo costo financiero, que "democratiza el estilo" al hacer que la moda sea accesible para todos.

La accesibilidad se manifiesta no solo en el precio, sino también en la facilidad para adquirir los productos. El auge del comercio electrónico ha facilitado enormemente el acceso a las últimas tendencias de moda. La disponibilidad del producto es un factor crucial para los consumidores mexicanos. Además, la accesibilidad física y en línea, junto con la variedad, son factores determinantes en la compra de moda rápida.

La sensibilidad al precio es un obstáculo para la moda sostenible. Aunque existe una generación preocupada por el medio ambiente, los consumidores que están más dispuestos a comprar ropa sostenible tienen pocas probabilidades de pagar más por ella. Los que están más dispuestos a pagar una prima por la sostenibilidad son una minoría, lo que indica una alta sensibilidad al precio que afecta la disposición de los consumidores a comprar ropa sostenible. Esto subraya que, a pesar de la creciente conciencia sobre los impactos ambientales y éticos de la moda rápida, el precio sigue siendo una barrera significativa para la adopción generalizada de alternativas más responsables. Las marcas sostenibles enfrentan el desafío de equilibrar la ética con la supervivencia empresarial en un mercado dominado por el consumo rápido y desechable.

4.2. Tendencias y Redes Sociales

La demanda del consumidor por ropa moderna y la última moda es un impulsor fundamental del crecimiento del mercado de la moda rápida. Las redes sociales desempeñan un papel central en la difusión y adopción de estas tendencias. Plataformas como Instagram, TikTok y Pinterest moldean activamente los gustos de los consumidores y aceleran la adopción de nuevas tendencias de moda. La influencia de las redes sociales y los *influencers* de moda es un factor clave de crecimiento para el mercado de la moda rápida, ya que difunden las tendencias rápidamente y alimentan el interés del consumidor en nuevos productos.

Los *influencers* mexicanos han ganado un protagonismo considerable en la redefinición de la moda en el país, mezclando elementos de la cultura local con tendencias contemporáneas. Figuras como Andy Benavides, Sofía Lascurain, José Pablo Minor y Pamela Allier son ejemplos de creadores de contenido que, con sus estilos únicos, han democratizado el acceso a las tendencias y han construido una conexión genuina con sus audiencias. Plataformas como Instagram y TikTok permiten a estos *influencers* compartir contenido de manera rápida y efectiva, llegando a millones de personas y permitiéndoles interactuar directamente con sus seguidores. Las redes sociales no son solo un lugar para informarse sobre tendencias; muchas están evolucionando para facilitar las compras dentro de la aplicación, con el 70% de los usuarios de Instagram buscando su próxima compra en la plataforma. Se espera que las ventas de comercio social casi tripliquen su valor para 2025.

La rápida difusión de información a través de los medios y la tecnología ha significado que las tendencias pueden comunicarse instantáneamente a nivel global, aumentando la demanda del consumidor por moda oportuna y de tendencia. Esto crea un ciclo de consumo impulsado por la novedad constante y la presión de estar a la moda, lo que a menudo lleva a decisiones de compra que favorecen la inmediatez sobre la sustancia.

4.3. Calidad y Durabilidad

La calidad y la durabilidad son factores que, aunque a menudo sacrificados en el modelo de moda rápida, son valorados por los consumidores mexicanos. La moda rápida se caracteriza por ofrecer prendas de "mala calidad" que se desechan rápidamente. La producción masiva a bajo costo a menudo compromete la calidad de las prendas, lo que lleva a un ciclo continuo de consumo y desecho. De hecho, la baja calidad de la moda rápida hace que las prendas se desgasten demasiado rápido, convirtiendo una inversión de 200 o 300 pesos en basura en cuestión de días.

A pesar de esta realidad, los consumidores buscan productos duraderos y funcionales. En discusiones en línea, se observa una clara preferencia por marcas que ofrecen mayor durabilidad, como Levi's, Wrangler, Lee o American Eagle, y una crítica explícita a marcas de moda rápida que no cumplen con este criterio. Esto indica que, si bien el precio y la tendencia son atractivos, la frustración con la corta vida útil de las prendas de moda rápida es una preocupación latente para los consumidores.

La moda sostenible, como alternativa, busca garantizar la perdurabilidad y atemporalidad de las prendas. Las marcas sostenibles priorizan la

calidad, la durabilidad y la longevidad de las prendas, realizando producciones acotadas y atemporales. Se recomienda a los consumidores buscar prendas atemporales, revisar la composición de sus fibras, asegurar que la tela no sea frágil y que las costuras sean resistentes al comprar ropa. Esto contrasta directamente con el modelo de moda rápida, que fomenta el sobreconsumo y el sacrificio de calidad en aras de la velocidad y el bajo costo. La disminución de la artesanía y la devaluación de las habilidades tradicionales son consecuencias directas de este énfasis en la velocidad y el costo sobre la calidad.

5. Impacto de la Moda Rápida en México

5.1. Impacto Ambiental

El impacto ambiental de la moda rápida en México es significativo y multifacético, reflejando una problemática global acentuada en el país. La industria de la moda es la segunda más contaminante a nivel mundial, después de la industria energética, contribuyendo con el 10% de las emisiones de dióxido de carbono, el principal gas de efecto invernadero responsable del calentamiento global y el cambio climático.

Uno de los impactos más críticos es el consumo masivo de recursos hídricos. Se estima que anualmente se utilizan 93 mil millones de metros cúbicos de agua en la producción textil a nivel global. Para la fabricación de una sola camiseta de algodón, por ejemplo, se requieren aproximadamente 2,500 litros de agua. Además, el lavado de la ropa contribuye a la liberación de unas 500 mil toneladas de microplásticos al año en los océanos, lo que agrava los problemas de contaminación marina.

La generación de residuos textiles es otra consecuencia alarmante. A nivel mundial, el 73% de las vestimentas fabricadas en un año termina incinerada o en basureros. Muchas prendas se usan a lo sumo 7 o 10 veces antes de ser desechadas. La ropa desechada, que aún podría ser utilizada, representa una pérdida de 460 mil millones de dólares a nivel global. Estos residuos tardan cientos de años en descomponerse en los vertederos, liberando metano, un gas de efecto invernadero más potente que el carbono. Menos del 1% de la materia prima utilizada en la producción de ropa se reutiliza o recicla a nivel mundial.

México no está exento de esta problemática. Aunque no existen datos concretos sobre el impacto específico del fast fashion en el país, la producción masiva de ropa a bajo costo ha contribuido a la desaparición de la producción textil local en muchos países, afectando negativamente las economías locales. La industria necesita abordar su huella ambiental y encontrar formas sostenibles de reducir los desechos y la contaminación.

5.2. Impacto Social y Laboral

El modelo de moda rápida no solo tiene profundas implicaciones ambientales, sino también significativas consecuencias sociales y laborales. Una de las críticas más severas se centra en la explotación de trabajadores. La producción de ropa muy barata, importada a menudo de Asia, se basa en "personas que están muy mal pagadas para fabricar ropa de muy mala calidad". Este sistema busca producir a muy bajo precio para que los consumidores perciban un ahorro, cuando en realidad están comprando ropa desechable.

El énfasis en la velocidad y el costo sobre la calidad en la moda rápida puede conducir a un declive en la artesanía tradicional y a la devaluación de las habilidades artesanales. Esto afecta a las comunidades locales que dependen de la producción textil tradicional, contribuyendo a la desaparición de la producción textil local en muchos países. Además, la degradación ambiental causada por la producción de moda rápida puede tener efectos perjudiciales en las comunidades locales, incluyendo problemas de salud y la pérdida de medios de vida. La moda rápida también tiene consecuencias en la sociedad debido al consumismo extremo de ropa y el afán por seguir todas las tendencias.

La fuerza laboral predominantemente femenina en la industria de la moda en México, especialmente en el comercio (62.9%-64.9%) y la manufactura de prendas (61.8%), combinada con las preocupaciones sobre salarios bajos y condiciones laborales precarias, sugiere un problema de justicia social significativo dentro de la cadena de suministro de la moda rápida en México. Los beneficios económicos de este modelo pueden depender desproporcionadamente de la mano de obra vulnerable de las mujeres, haciendo que las prácticas laborales éticas sean un área crítica para la mejora y el escrutinio del consumidor.

5.3. Impacto Económico

El impacto económico de la moda rápida en México es complejo, con un crecimiento del mercado que coexiste con desafíos estructurales para la industria nacional. El mercado de la moda rápida está creciendo rápidamente, impulsado por la demanda del consumidor, el comercio electrónico y las redes sociales. El comercio electrónico, en particular, se ha consolidado como un motor clave de crecimiento económico para los sectores de moda y calzado en México. Se proyecta que para 2025, la moda alcanzará el tercer puesto en términos de ingresos online en México. Cuatro de cada diez productos vendidos en el Hot Sale en México

son artículos de moda, lo que demuestra la importancia económica de este sector en eventos de alto consumo.

Sin embargo, este modelo de negocio también presenta riesgos para la economía nacional. La Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco) de la Ciudad de México ha señalado que la moda rápida afecta la economía nacional. Un factor clave es el declive de la producción de la industria mexicana textil y de la confección desde la entrada de China a la Organización Mundial del Comercio en 2001. Esto implica que México se ha transformado más en un mercado de consumo para prendas importadas de bajo costo que en un centro de producción, lo que puede afectar la creación de empleo y el desarrollo de la manufactura local. Además, la baja calidad de las prendas de moda rápida implica que se desgastan rápidamente, convirtiendo una inversión de 200 o 300 pesos en "basura en cuestión de días". Esto representa un costo económico para el consumidor a largo plazo y una oportunidad perdida para la economía circular local, como los oficios de reparación (sastres, zapateros, costureros). La propuesta de París de apoyar estos oficios de reparación como parte de una economía circular es un ejemplo a seguir para la Ciudad de México.

6. Percepción del Consumidor y Conciencia sobre Sostenibilidad

6.1. Actitudes hacia el Impacto Ambiental y Ético

La percepción del consumidor mexicano hacia la moda rápida y sus impactos ambientales y éticos es un área de creciente atención. Existe un notable aumento en la conciencia sobre la sostenibilidad y la búsqueda de alternativas más responsables, impulsado por las consecuencias ambientales y sociales negativas del modelo de consumo actual. Sin embargo, esta conciencia no siempre se traduce directamente en un cambio de comportamiento de compra.

Aunque los consumidores jóvenes buscan expresar su identidad a través de la moda y las últimas tendencias, también se observa un creciente interés por la moda sostenible y ética entre ellos. La moda sostenible fomenta una actitud más responsable y ética frente al consumo, promoviendo el reciclaje de textiles y el desarrollo de materiales sostenibles.

A pesar de esta creciente conciencia, la sensibilidad al precio sigue siendo una barrera significativa. Los consumidores que están más dispuestos a comprar ropa sostenible tienen pocas probabilidades de pagar más por ella. Aquellos que sí están dispuestos a pagar una prima por la

sostenibilidad son una minoría, lo que indica que la alta sensibilidad al precio afecta la disposición de los consumidores a optar por productos sostenibles. Esto sugiere que, si bien los consumidores pueden reconocer los problemas éticos y ambientales de la moda rápida, el atractivo del bajo precio y la inmediatez a menudo prevalece en sus decisiones de compra.

La aparente accesibilidad de la moda rápida a menudo enmascara su alto costo ambiental y ético, derivado del uso excesivo de recursos naturales y la explotación laboral. Se observa una necesidad de conciencia sobre el impacto colectivo de la industria de la moda en la sociedad y el medio ambiente, reconociendo las consecuencias en términos de contaminación, desperdicio y explotación laboral. Sin embargo, la brecha entre el conocimiento y la acción persiste, lo que plantea un desafío para las iniciativas que buscan fomentar un consumo más responsable.

6.2. Interés en la Moda Sostenible y Alternativas

El interés por la moda sostenible y sus alternativas está en aumento en México, impulsado por una mayor conciencia sobre los impactos negativos de la moda rápida. La demanda de productos ecológicos, fabricación ética y cadenas de suministro transparentes está creciendo a medida que los consumidores se vuelven más conscientes. La moda sostenible se presenta como una alternativa viable al *fast fashion*, promoviendo el uso de materiales reciclados, procesos de fabricación responsables y la minimización de residuos y contaminación.

La temporada de moda 2025 en México ha sido marcada por una tendencia consolidada hacia la sostenibilidad, con un auge en el uso de materiales ecológicos y prácticas responsables en las pasarelas. Las tendencias clave en sostenibilidad incluyen el uso de materiales reciclados, la promoción de la moda circular (reutilizar y reciclar prendas para un ciclo de vida más largo), la transparencia en los procesos de producción, el diseño inclusivo y la aplicación de tecnología sostenible (como la impresión 3D y tintes naturales).

Las marcas están respondiendo a esta tendencia implementando prácticas sostenibles, como el cambio a materiales ecológicos y la adopción de modelos de negocio basados en la economía circular y la producción local. Marcas como Ecoalf lideran esta transformación al priorizar materiales reciclados y procesos de fabricación sostenibles. Otras marcas como Eileen Fisher, Reformation y Veja también son reconocidas por su compromiso con la sostenibilidad, la transparencia y

el uso de materiales innovadores como telas derivadas de hongos, algas o plásticos reciclados.

A pesar del creciente interés, algunos jóvenes aún tienen una percepción poco clara de la moda sostenible, asociándola con productos caros. Esto resalta la necesidad de una mayor información sobre las diversas formas de consumo de moda sostenible y de investigar a fondo la sostenibilidad de las marcas. Para que la transición hacia una moda más responsable avance, es crucial que tanto diseñadores como consumidores continúen apoyando estas iniciativas, informándose, apoyando proyectos locales y fomentando el cambio de hábitos de consumo.

7. Alternativas y el Futuro de la Moda en México

7.1. Moda Sostenible y Economía Circular

La moda sostenible emerge como la principal alternativa al modelo de moda rápida, buscando mitigar sus graves impactos ambientales y sociales. Este enfoque se basa en la utilización de materiales ecológicos, procesos de manufactura éticos y estrategias de economía circular, que incluyen el reciclaje y la reutilización de textiles. La moda sostenible no solo se trata de vestir bien, sino de hacer el bien, expresando un compromiso con un futuro más sostenible.

Las características fundamentales de la moda sostenible incluyen:

- **Menor Consumo de Recursos:** Optimización del uso de agua y energía en la fabricación.
- **Moda Atemporal y de Calidad:** Promoción de diseños duraderos que evitan el consumo rápido y desechable.
- **Materiales Innovadores:** Uso de telas derivadas de fuentes no tradicionales como hongos, algas, plásticos reciclados, manzana, café, cítricos (Orange Fiber®), plátano (fibra de musa), nopal (Piñatex) y nylon reciclado (ECONYL®).
- **Tintes Naturales y Procesos Eco-friendly:** Reducción del uso de químicos tóxicos en la fabricación.
- **Transparencia y Ética Laboral:** Aboga por la transparencia en la cadena de suministro y el respeto a los derechos laborales de los trabajadores.
- **Producciones Acotadas y Atemporales:** Las marcas sostenibles realizan producciones más pequeñas y diseños que no pasan de moda rápidamente.

La economía circular es un pilar de la moda sostenible, enfocándose en maximizar la reparación, remanufacturación, reutilización y reciclaje de productos y sus componentes. Esto contrasta con el modelo lineal de "producir-usar-desechar" de la moda rápida. Marcas como Ecoalf, Eileen Fisher y Reformation están liderando esta transición, priorizando materiales reciclados y procesos de fabricación sostenibles. La implementación de un programa de apoyo a oficios de reparación (sastres, zapateros, costureros) como el de París, es una estrategia viable para la Ciudad de México para extender la vida útil de las prendas y fomentar la economía circular local.

7.2. Consumo de Segunda Mano y Reutilización

El consumo de ropa de segunda mano y la reutilización de prendas son alternativas directas y efectivas para contrarrestar el impacto de la moda rápida en México. La ropa es el producto más popular en las compras de segunda mano en México, con el 25% de los encuestados afirmando haber adquirido ropa usada en los últimos doce meses, superando a electrónicos y calzado.

Promover la compra de prendas de segundo uso, por ejemplo, a través de plataformas como las "Nenis" (vendedoras informales en línea), tiene un impacto significativo al extender la vida útil de una prenda. Además de la compra-venta, existen diversas prácticas para la reutilización y el reciclaje de ropa usada:

- **Dar un Segundo Uso:** Modificar prendas para convertirlas en algo nuevo (ej. pantalones en bermudas, camisas en bolsas).
- **Reutilización Doméstica:** Convertir ropa vieja en trapos de limpieza o rellenos para cojines.
- **Intercambio de Ropa:** Organizar bazares o intercambios con familiares y amigos para dar una nueva vida a prendas no deseadas.
- **Donación:** Regalar ropa en buen estado a organizaciones o personas necesitadas.
- **Venta:** Realizar ventas de garaje o utilizar plataformas en línea para vender prendas usadas.
- **Centros de Reciclaje:** Enviar ropa a centros especializados que reciclen textiles para evitar que terminen en vertederos.

Estas prácticas contribuyen a reducir la cantidad de residuos textiles que terminan en basureros o son incinerados, minimizando la contaminación y la pérdida de recursos. La reutilización y el reciclaje de la ropa usada son pasos cruciales para alargar su vida útil y evitar el inicio de un nuevo ciclo

de producción contaminante.

7.3. Recomendaciones Estratégicas

Basado en el análisis del comportamiento del consumidor de moda rápida en México y sus implicaciones, se proponen las siguientes recomendaciones estratégicas:

1. Fomentar la Conciencia Crítica del Consumidor:

- **Educación sobre el "Costo Real":** Desarrollar campañas informativas que eduquen a los consumidores, especialmente a los jóvenes y la clase media, sobre el verdadero costo ambiental y ético de la moda rápida, más allá de su precio de etiqueta. Esto puede ayudar a superar la "trampa de la accesibilidad" y la "indiferencia" observada en algunos segmentos.
- **Transparencia de Marcas:** Impulsar la demanda de mayor transparencia en las cadenas de suministro de las marcas. Los consumidores buscan activamente información sobre prácticas éticas y sostenibles.

2. Impulsar la Economía Circular y el Consumo Responsable:

3.

- **Promoción de la Reparación y Reutilización:** Apoyar y promover activamente los oficios de reparación (sastres, zapateros, costureros) a nivel local, siguiendo modelos como el de París. Esto no solo extiende la vida útil de las prendas, sino que también apoya la economía local.
-
- **Facilitar el Mercado de Segunda Mano:** Crear plataformas y espacios accesibles y atractivos para la compra-venta e intercambio de ropa de segunda mano. Dado que la ropa usada es el producto más popular en este mercado en México, existe un gran potencial.
-
- **Incentivar el Reciclaje Textil:** Establecer y promover centros de recolección y reciclaje de textiles para desviar la ropa de los vertederos.
-

4. Innovación y Adaptación de Marcas:

5.

- **Integrar Sostenibilidad en el Modelo de Negocio:** Las marcas deben ir más allá del *greenwashing* y adoptar genuinamente

materiales sostenibles, procesos éticos y modelos de economía circular. Esto no solo responde a una demanda creciente, sino que también puede generar una ventaja competitiva.

-
- **Equilibrar Tendencia y Durabilidad:** Desarrollar colecciones que, sin ignorar las tendencias, enfatizen la calidad y la durabilidad. Existe un segmento de consumidores que valora la longevidad de las prendas y está dispuesto a invertir en ellas.
-
- **Optimizar la Experiencia Digital Sostenible:** Aprovechar el dominio del comercio electrónico y las redes sociales no solo para ventas, sino también para comunicar los esfuerzos de sostenibilidad, ofrecer herramientas de tallaje avanzadas y promover un consumo consciente.

○

6. Marco Regulatorio y Políticas Públicas:

- **Incentivos para la Producción Sostenible:** Implementar políticas que incentiven a las empresas a adoptar prácticas de producción más sostenibles, como el uso de energías renovables y la reducción de residuos.
-
- **Regulaciones sobre Residuos Textiles:** Considerar regulaciones para la gestión de residuos textiles y fomentar la responsabilidad extendida del productor.
-
- **Apoyo a la Industria Local:** Explorar medidas para revitalizar la producción textil y de confección local, que ha estado en declive, para equilibrar el rol de México como mercado de consumo.
-

Conclusiones

El mercado de la moda rápida en México es un fenómeno complejo y de alto impacto, impulsado por la búsqueda de tendencias a precios accesibles y la omnipresencia del comercio electrónico y las redes sociales. El consumidor mexicano, predominantemente joven y femenino, exhibe una alta frecuencia de compra, lo que alimenta un ciclo de consumo y desecho acelerado. La conveniencia y el precio son factores decisivos, lo que a menudo eclipsa las consideraciones sobre la calidad y los impactos a largo plazo.

Sin embargo, el análisis revela una creciente, aunque a veces pasiva, conciencia sobre las profundas implicaciones ambientales y sociales de este modelo. La contaminación hídrica, la generación masiva de residuos textiles y las preocupaciones sobre las prácticas laborales son efectos innegables que comienzan a resonar con un segmento de consumidores. Esta dualidad entre el deseo de estar a la moda a bajo costo y la creciente preocupación por la sostenibilidad crea un punto de tensión en el mercado.

El futuro de la moda en México se vislumbra en una transición hacia modelos más sostenibles y circulares. El crecimiento del mercado de segunda mano, el interés en materiales innovadores y la adopción de prácticas éticas por parte de algunas marcas pioneras, demuestran que existe un camino viable. Para que esta transición sea efectiva, se requiere un esfuerzo concertado que vaya más allá de la mera información.

Es fundamental superar la barrera de la sensibilidad al precio y la conveniencia, haciendo que las alternativas sostenibles sean accesibles, atractivas y fáciles de adoptar para el consumidor promedio. El apoyo a la economía circular local, la innovación en la cadena de suministro y un marco regulatorio que incentive la responsabilidad son pilares esenciales para construir una industria de la moda en México que sea tanto próspera como respetuosa con el planeta y sus habitantes.

Bibliografía

1. Ughto www.ughto.mx,
<https://www.ughto.mx/investigacionyposgrado/eugreka/images/abejas/fast-fashion-moda-o-contaminacion.pdf>
2. Moda rápida: la industria que desviste al planeta - Revista ¿Cómo ves?,
<https://www.comoves.unam.mx/numeros/articulo/257/moda-rapida-la-industria-que-desviste-al-planeta>
3. Informe de mercado de la moda rápida 2031- tamaño, participación ...,
<https://www.extrapolate.com/es/retail/fast-fashion-market-87539>
4. Análisis del consumo de Fast Fashion para aminorar sus ...,
<https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/relais/article/download/2767/2650/16559>
5. Análisis del consumo de Fast Fashion para aminorar sus afectaciones económicas - Universidad La Salle,
<https://repositorio.lasalle.mx/bitstream/handle/lasalle/1791/An%C3%A1lisis%20del%20consumo%20de%20Fast%20Fashion%20para%20aminorar%20sus%20afectaciones%20econ%C3%B3micas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
6. Moda rápida afecta economía nacional, a la salud y al medio ...,
<https://oem.com.mx/la-prensa/metropoli/moda-rapida-afecta-economia-nacional-a-la-salud-y-al-medio-ambiente-sedeco-22650053>
7. ¿Qué es el fast fashion o moda rápida? - ECOALF,
<https://ecoalf.com/es-us/pages/que-es-el-fast-fashion>
8. ¿Por qué es malo el fast fashion? Más allá del precio - Sumissura,
<https://www.sumissura.com/es-mx/blog/fast-fashion>
9. Presión verde apunta a transformar la industria de la moda - La Jornada,
<https://www.jornada.com.mx/noticia/2024/03/24/economia/presion-verde-apunta-a-transformar-la-industria-de-la-moda-600>

10. El impacto negativo de la moda rápida o fast fashion | Noticias con Francisco Zea - YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=dsLaGEjxPi4>
11. Comercio electrónico impulsa sector de moda y calzado en México - Mundo Ejecutivo, <https://www.mundoejecutivo.com.mx/mujer-ejecutiva/comercio-electronico-impulsa-sector-de-moda-y-calzado-en-mexico/>
12. Datos del Mercado de moda online en México: Evolución y hábitos ..., <https://thelogisticsworld.com/logistica-comercio-electronico/evolucion-del-mercado-de-moda-online-en-mexico/>
13. El mercado de la moda online en México - AmericaMalls & Retail, <https://america-retail.com/paises/mexico/el-mercado-de-la-moda-online-en-mexico/>
14. Conoce los eCommerce de moda más visitados en México, <https://marketing4ecommerce.mx/ecommerce-de-moda-en-mexico/>
15. ¿Recomendaciones de marcas de ropa disponibles en México que sean de calidad? No fast fashion - Reddit, https://www.reddit.com/r/mexico/comments/qsilja/recomendaciones_de_marcas_de_ropa_disponibles_en/
16. la Industria de la moda del vestido, el calzado y la joyería - Inegi, https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/estudios/economico/a_proposi_de/EstModaCalzaJoyeria_18.pdf
17. Comercio al por Menor de Ropa, Bisutería y Accesorios de Vestir: Salarios, producción, inversión, oportunidades y complejidad | Data México, <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/industry/retail-trade-of-clothing-jewelry-and-clothing-accessories>
18. Perfil y Conducta de Compra de los Consumidores de Marcas de Moda Rápida en la Zona Metropolitana de Guadalajara, <https://rges.umich.mx/index.php/rges/article/download/90/56/>
19. Fast fashion y el consumo sostenible en los jóvenes hidalguenses, <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/19099>
20. La moda rápida invade México - AmericaMalls & Retail, <https://america-retail.com/paises/mexico/la-moda-rapida-invade-mexico/>
21. 28 % de los mexicanos compra ropa entre dos y tres veces al mes - Retailers.mx, <https://retailers.mx/28-de-los-mexicanos-compra-ropa-entre-dos-y-tres-veces-al-mes/>
22. ¿Cómo es el consumo de ropa y calzado en Mexico? - Kantar, <https://www.kantar.com/latin-america/inspiracion/moda-belleza-y-lujo/consumo-ropa-y-calzado>
23. Fast fashion: de tu armario al vertedero - Greenpeace México, <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>

24. ¿Qué compramos los mexicanos? Tendencias de consumo en México - Finvero, <https://www.finvero.com/blog/consumo-mexicanos/>
25. Fast fashion y el consumo sostenible en los jóvenes hidalguenses | European Scientific Journal, <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/19099/18840>
26. El efecto de la moda sostenible en las actitudes y comportamiento de los jóvenes: caso de estudio universitarios quevedeños | Religación, <https://revista.religacion.com/index.php/religacion/article/view/1348>
27. Caso de ética - Eco-conciencia en la moda - Universidad Anáhuac, https://www.anahuac.mx/mexico/biblioteca/sites/default/files/2024-05/Mo_da_Ecocon.pdf
28. La moda inspirada en influencers mexicanos - Mundo de Lúa, <https://mundodelua.com/la-moda-inspirada-en-influencers-mexicanos/>
29. El estado de la industria de la moda en ecommerce: estadísticas, tendencias y estrategias para 2025 - Shopify, <https://www.shopify.com/es/blog/industria-de-la-moda-en-ecommerce>
30. Adiós a tu ropa, pero con responsabilidad | Procuraduría Federal del Consumidor | Gobierno | gob.mx, <https://www.gob.mx/profeco/documentos/adios-a-tu-ropa-pero-con-responsabilidad?state=published>
31. Moda sostenible Slow Fashion | Procuraduría Federal del Consumidor | Gobierno | gob.mx, <https://www.gob.mx/profeco/es/articulos/moda-sostenible-slow-fashion?idiom=es>
32. El costo ambiental de la moda rápida - Sedema - CDMX, <http://www.data.sedema.cdmx.gob.mx:8081/culturaambiental/index.php/opciones-de-cultura-ambiental/blog/el-coste-ambiental-de-la-moda-rapida>
33. Cómo la moda sostenible está transformando el diseño - Anáhuac Mayab, <https://merida.anahuac.mx/think/transformacion-moda-sostenible>
34. La sostenibilidad domina las pasarelas de moda en México, <https://kena.com/la-sostenibilidad-domina-las-pasarelas-de-moda-en-mexico-2025/>
35. La ropa, el producto más popular en las compras de segunda mano en México - Statista, <https://es.statista.com/grafico/27425/articulos-usados-mas-comprados-por-los-mexicanos/>
36. Tamaño y participación del mercado de ropa sostenible, informe estadístico 2032, <https://www.gminsights.com/es/industry-analysis/sustainable-clothing-market>