

Casos

LA MODA SOSTENIBLE DE TEQUILA MOON

María Jesús Barroso Méndez

Universidad de Extremadura (España)

Manuel Moreno Gómez

Marcos Moreno Gómez

Resumen:

La industria textil es una de las industrias más contaminantes del planeta. Esta industria, caracterizada por un modelo creado para el “usar y tirar”, no solo daña el medio ambiente y sus recursos, sino que también asume en la pobreza a todo aquel que trabaja para producir cualquier prenda dentro del mercado low cost. En este caso práctico analizamos la Responsabilidad Social Medioambiental de Tequila Moon, una empresa de nueva creación que comercializa prendas respetuosas con el medio ambiente. A través de fibras como el bambú, el TENCEL o el algodón orgánico, brinda al cliente una prenda ecológica, y de gran calidad y comodidad, ya que estas fibras tienen características únicas en el mercado.

Abstract:

The textile industry is one of the most polluting industries in the planet. This industry, characterized by a model created for “use and disposal”, damages the environment and its resources. Moreover, it is also known for the poor conditions of the workers who produce any garment in the low cost market. In this case study we analyze the Environmental Social Responsibility of Tequila Moon, a new company that sells garments respectful with the environment. Through the use of fibers such as bamboo, TENCEL or organic cotton, provides the customer with a garment that is not only ecological, but of great quality and comfort, since these fibers have unique qualities in the market.

1. Introducción

La iniciativa de creación de Tequila Moon nace de María José Moreno Ordoñez, a partir de su empresa Jabonarium Shop, tienda online de productos cosméticos. Creada en 2009, Jabonarium comienza con la venta de jabones artesanales elaborados con productos totalmente naturales. Debido a la gran demanda, la empresa se plantea un modelo de negocio en el que ella se posiciona como el proveedor de los ingredientes para la elaboración artesanal por parte del cliente de todo tipo de productos cosméticos naturales. De esta forma, logra crecer año tras año con el cambio cultural surgido en los últimos tiempos en lo que respecta a la salud, el bienestar y el respeto medioambiental y a los animales. Esta mentalidad está creciendo, viendo cómo los macroproyectos que buscan un futuro para nuestra raza en otros planetas, hacen palpable las heridas provocadas al medio en el que vivimos desde la revolución industrial hasta el momento.

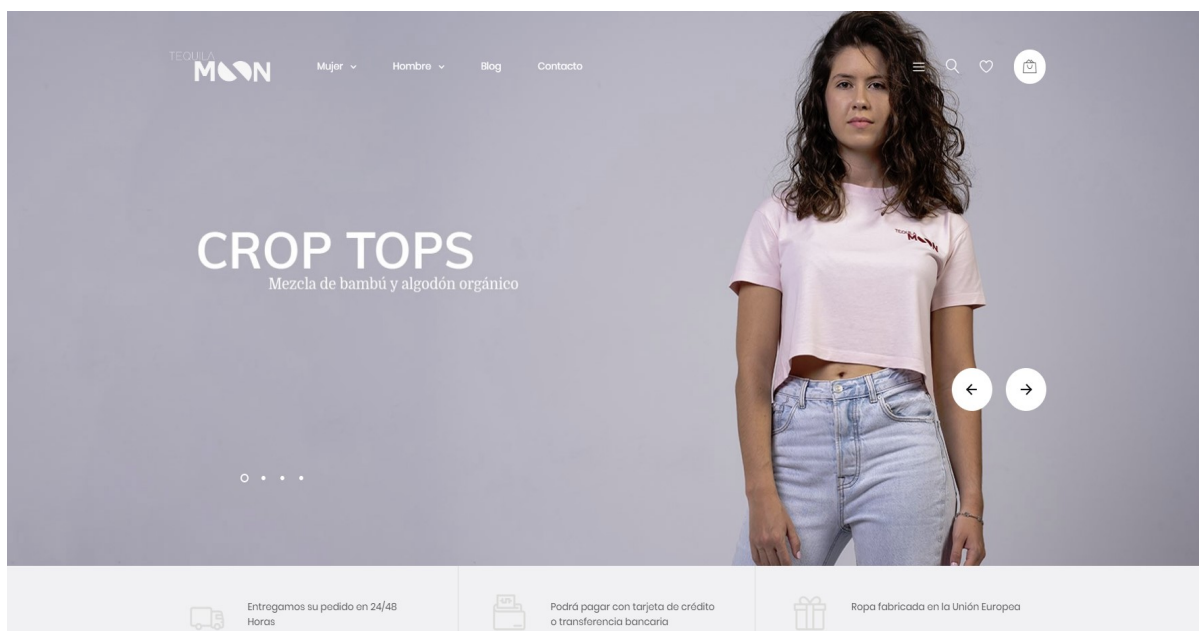
A partir de aquí, María José se planteó invertir en una nueva empresa que destacara por su compromiso con el medio ambiente, apareciendo en la escena Marcos Moreno Gómez, estudiante de Diseño Integral y apasionado de la moda, que plantea, junto a María José, adentrarse en la segunda industria más contaminante del planeta: la industria textil.

De este modo, la idea propuesta consistió en la apertura de una tienda que ofertara prendas totalmente sostenibles en su fabricación y su posterior degradación, teniendo en cuenta el bienestar y salud de quien las lleva, y apostando por un negocio que fomente el empleo y sueldo digno, algo tabú en esta industria.

Esta tienda es Tequila Moon (ver Figura 1), y tiene como eje principal el bambú, un material que, como explicaremos más adelante, contiene un enorme potencial poco fomentado en esta industria, aminorando notoriamente el gasto de agua y la contaminación en todo el proceso de fabricación de estas prendas, y dándole al cliente una calidad que no se consigue con ningún otro material en el mercado.

Esta tienda es online, ya que es actualmente más rentable que la tienda física, llegando a tener un alcance internacional a solo un click. Aprovecha toda la capacidad logística que posee JabonariumShop, con envíos rápidos a toda España y una experiencia en la red de más de 7 años. Jabonarium es el trampolín para Tequila Moon, disminuyendo en gran cantidad la inversión inicial y dando numerosas ventajas a esta nueva empresa.

Figura 1: Captura de pantalla del Home de tequilamoon.es



Fuente: [www.tequilamoon.es], a fecha 07/11/2019

2. Desarrollo del Caso

“La moda se está devorando a sí misma”. Así opina Fletcher, diseñadora y consultora británica, especializada en moda sostenible, en su libro *Sustainable fashion and textiles: design journeys* (2008). Un modelo creado para el “usar y tirar”, como el de la industria textil, no solo daña el medio ambiente y sus

recursos, sino también asume en la pobreza a todo aquel que trabaja para producir cualquier prenda dentro del mercado low cost. En esta línea, Salcedo (2014), nos muestra algunos datos del por qué la industria textil es una de las más contaminantes del planeta, contribuyendo muy negativamente al cambio climático:

- Productos químicos. La industria textil contamina un 20% de las aguas de toda la producción global. El uso intensivo de los productos químicos en los procesos de extracción y cultivo de materias primas y en los procesos de producción tienen un gran impacto en el medio ambiente, especialmente en el entorno acuático (ríos y mares).
- Escasez de agua. El ciclo de vida de una camiseta de algodón requiere 2.700 litros de agua. La industria mundial utiliza 387.000 millones de litros de agua al año. Algunos productos textiles y algunas fases de la cadena de valor requieren el uso de gran cantidad de agua, con la consiguiente escasez para la vida humana y otros seres vivos.
- Gases de efecto invernadero (GEI). Esta industria es la responsable del 10% del total de emisiones de CO₂ en el mundo, con un consumo anual de un billón de kilovatios/hora. La cantidad y la tipología de energía utilizada y de las emisiones generadas (CO₂ y otros GEI) en la producción, el transporte, el uso y el mantenimiento de las prendas es un factor importante de la huella ecológica que deja el sistema moda.
- Residuos sólidos. Los residuos de la industria textil suponen el 5% de los residuos totales (datos Estados Unidos). A lo largo de la cadena de valor se generan muchos residuos. Los más importantes son las prendas que acaban en el vertedero, pero también lo son todos los embalajes no reutilizables o no reciclables que se desechan a lo largo de la cadena de valor.
- Recursos. Tierra y energía. El 58% de las fibras textiles producidas en el mundo derivan del petróleo. La fabricación de materias primas y, por extensión, la producción de materiales y productos acabados, por un lado, dependen de recursos finitos y, por otro lado, requieren cada vez más un uso intensivo de la tierra, que limita la dedicación a otros cultivos, como los alimentos
- Biodiversidad. En la India se han perdido las semillas de algodón debido a su contaminación por el algodón con transgénicos, cuna del maíz, ha perdido el 80% de sus variedades.

Plan de producción ecológica de Tequila Moon

Tequila Moon utiliza materias primas que fomentan el bienestar medioambiental y contribuyen a construir un modelo ecológico dentro de la industria textil, principalmente, bambú. El bambú pertenece a la familia de las gramíneas. Su fibra es respirable y confortable y no contiene aditivos químicos. Es la planta que más rápido crece en el mundo, por lo que así se obtiene con mayor frecuencia en una misma parcela, y todo ello sin necesidad de regadío, ya que crece en zonas tropicales (Asia, América, y Oceanía) donde sus grandes raíces se alimentan del agua que hay en el subsuelo Fletcher (2008). Las telas hechas con fibra de bambú se caracterizan por:

- Ser blandas y suaves al tacto
- Resistentes a las fuerzas de tracción y flexión,
- No producen ningún tipo de alergia
- Son reguladoras termal,
- Retienen la humedad
- Antibacteriana y antihongos,
- 100% biodegradable
- Protección frente a los rayos ultravioleta

Además, respecto a la captación de CO₂, Yiping (2010), que han realizado estudios para determinar los patrones de captura de CO₂ de diferentes especies de bambú en comparación con otras especies de árboles de crecimiento rápido, han llegado a la conclusión de que las plantaciones de bambú con un mantenimiento sostenible y con ciclos de cosechas, llegan a capturar las mismas cantidades de CO₂, e incluso levemente superiores, que los valores obtenidos en cultivos de Eucaliptus y Abeto chino.

Por tanto, el bambú es una fibra que respeta el medio ambiente, creciendo sin riego ni fertilizantes, por lo que únicamente es posible encontrar problemas en su extracción. No obstante, Tequila Moon cuenta con la certificación GOTS (Global Organic Textile Standard), proporcionada por la fábrica, que es una de las más estrictas para los textiles elaborados con fibras orgánicas. La norma garantiza, según sea el alcance de la certificación, que ni las fibras orgánicas, ni los tejidos que con ella se elaboran, ni la prenda terminada ha entrado en contacto con ningún agente químico, y que se cumplen los estrictos requisitos medioambientales y laborales establecidos para su concesión.

Además, Tequila Moon cuenta con el certificado EarthPositive, mediante el cual se asegura que la prenda ha sido producida usando exclusivamente energías renovables, reduciendo así la huella de carbono. La fábrica también es miembro de Fair Wear, con su código de prácticas laborales. El núcleo de este código está compuesto por ocho normas laborales derivadas de los convenios de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) y la Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos humanos.

Plan de Marketing

En este apartado, vamos a realizar una breve descripción de las 4 P's que configuran el Marketing Mix de la empresa Tequila Moon:

En primer lugar, en cuanto al producto, el objetivo de la colección es dar al cliente una prenda ecológica, respetando el medio ambiente, y a la vez, consiguiendo un estilo propio y a la altura de la moda actual. Dentro de la cartera de productos, es posible encontrar camisetas y sudaderas, de hombre y de mujer. Respecto al color, utilizan colores que se adaptan muy bien a las diferentes totalidades de la piel, y que permiten muchas combinaciones, tanto con otras prendas como con prendas propias de Tequila Moon, como son el blanco, el verde y el azul marino. Una vez se disponen de las prendas en tienda, el empaquetado se realiza con cajas de cartón 100% biodegradables, sin utilizar plásticos para su posterior cierre. El etiquetado se realiza con cartón reciclado y con hilo para sujetarlo a la prenda, conteniendo dos etiquetas: la primera contiene la marca de Tequila Moon y la frase "Time to change the world". En ella aparece seleccionada la talla de la prenda; y, la segunda etiqueta, informa sobre la composición de la prenda y su procedencia.

En segundo lugar, con relación al precio, Tequila Moon ha fijado precios similares al resto de empresas del mercado que venden este tipo de productos, tratando de que éstos sean competitivos y atractivos, ya que, en cuestiones de posicionamiento de la marca, la empresa parte de cero.

En tercer lugar, en cuanto a la distribución, Tequila Moon distribuye sus productos a través de la página Web que han creado para ello. La compañía que se encarga del envío de las prendas a los clientes es MRW, la misma compañía que dirige este apartado logístico en JabonariumShop. MRW está comprometida a seguir una política sostenible en sus envíos de acuerdo con las normas europeas en cuestiones medioambientales. El servicio que ofrece con MRW son envíos rápidos, de 24/48 horas a territorio peninsular desde que se realiza la compra. Este tiempo puede variar para envíos a Ceuta, Melilla, Islas Canarias, Baleares y el extranjero. Dichas variaciones están disponibles en la página web.

Y, finalmente, respecto a la comunicación, para dar a conocer su producto, Tequila Moon utiliza fundamentalmente las redes sociales. El cliente al que se dirige es aquel que se preocupa por el medio ambiente y su bienestar, el cual agradece prendas que sean cómodas y fabricadas con fibras de calidad. Sus acciones de comunicación persiguen los siguientes objetivos:

1. Imagen. Tequila Moon pretende conseguir un posicionamiento claro entre los usuarios a través de valores relacionados con el respeto al medioambiente. Para ello, realiza las siguientes acciones de comunicación:
 - Conciencia y educa. Comparte datos objetivos sobre el medio ambiente y la industria textil a través de plataformas como Instagram, que tienen un gran número de usuarios para distribuir este contenido.
 - Actúa. Da soluciones, a través de su página web y de las redes sociales, de una segunda vida para la prenda. Para ello, Tequila Moon colabora con empresas que se encargan del proceso de reciclado o de buscar un segundo dueño.

2. Ventas. Tequila Moon pretende aumentar sus ventas en el corto plazo. Para ello, lleva a cabo las siguientes acciones de comunicación:
 - Videos explicativos (infografía animada).
 - Contenido de utilidad en blog.
 - Uso eficaz de las newsletters (correos electrónicos con información acerca de sus prendas y su labor).
 - Google Ads e Instagram Ads.
3. Notoriedad. Tequila Moon pretende aumentar su notoriedad en un plazo inferior a un año. Para ello, trabajan con redes sociales como Instagram y Facebook, y publican contenido rutinario en su blog. Siguiendo los datos que nos ofrece Instagram y Facebook sobre el número de usuarios en sus plataformas a lo largo de la semana, la empresa ha optado por el siguiente calendario de publicaciones diarias en estas redes (Tabla 1):

Tabla 1. Publicaciones en RRSS

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
x1 Instagram x2 Facebook	x3 Insta Stories x1 Facebook x1 Blog	x1 Instagram x3 Insta Stories x1 Facebook	x1 Instagram x3 Insta Stories x1 Blog	x1 Instagram x2 Insta Stories x1 Facebook	x1 Insta Stories	x1 Insta Stories
x2 Insta Stories x1 Blog x1 Facebook	x3 Insta Stories x1 Instagram	x3 Insta Stories x1 Blog	x3 Insta Stories x1 Instagram x1 Facebook	x2 Insta Stories x1 Blog	x2 Insta Stories x1 Instagram	x2 Insta Stories x1 Facebook

Nota: La primera fila corresponde a las publicaciones por las mañanas, y la segunda a las restantes por la tarde.

3. Preguntas para discusión

Pregunta 1. *¿Crees que se está haciendo lo necesario para paliar el problema que supone el cambio climático?*

Creemos que no. Es cierto que nunca había tenido tanta importancia los problemas medioambientales, pero el cambio que supone para algunas empresas modificar su modelo de producción, ya sea en la industria textil, como en la energética o automovilística, es grande y, sobretodo, costoso. Por ejemplo, en la industria del automóvil, el paso al coche eléctrico supone un cambio radical en la producción de sus motores, teniendo que desechar fábricas enteras preparadas únicamente para producir modelos de combustión.

Pregunta 2. *¿Qué importancia crees que tienen los gobiernos en la mejora de estos modelos de producción?*

En nuestra opinión, la preparación de un plan de actuación para la mejora del modelo de producción y consumo causante de los desastres medioambientales debe llegar de la mano del poder legislativo, para trasladarlo de forma sostenida a la práctica de las distintas empresas involucradas y del estilo de vida de la ciudadanía. El Protocolo de Kioto y el acuerdo de París son ejemplos de los modelos de actuación que se deben llevar a cabo, pero la falta de consenso deja mucho que desear, sobretodo, por parte de potencias económicas como Estados Unidos, que actualmente niega gran parte del problema climático.

Pregunta 3. *¿Crees que la ciudadanía está suficientemente informada de este problema?*

El contenido acerca de la crisis medioambiental está llena de opiniones y, como con todo, hay que saber separar la información contrastada científicamente y la que carece de ello. Un ejemplo de desinformación es el caso de ONGs que no paran de atacar al modelo energético nuclear, un modelo que puede llegar a ser un buen aliado para paliar los efectos del cambio climático, ya que con los reactores de cuarta generación, una central nuclear aprovecha el 97% de la energía de su combustible, el uranio, y contamina lo similar a una central eólica. Este y otros ejemplos explican el porqué de la desinformación de la ciudadanía, que cada vez cobra más protagonismo en los medios informativos.

Conclusiones

Es un hecho que la industria textil debe de cambiar su modelo actual de producción. Decimos que es un hecho porque empresas como INDITEX han comenzado a apostar fuertemente por fibras textiles sostenibles con el medio ambiente. La Responsabilidad Social Medioambiental (RSM) nunca había tenido tanta importancia como ahora.

Tequila Moon ha comenzado su andadura apostando por esta filosofía, intentando preservar sus recursos y utilizándolos de manera sostenible, en este caso, para crear prendas de vestir. La producción de fibras textiles supone un enorme gasto en recursos para el planeta, y plantas como el bambú o el eucalipto (TENCEL) son ejemplos sostenibilidad y producción de calidad, ejemplos por los que Tequila Moon apuesta.

Tequila Moon trabaja diariamente para dar a conocer el porqué de utilizar prendas que hayan seguido una línea de producción sostenible para ayudar a que esta industria deje de ser una de las más contaminantes del planeta, dando a estos usuarios una alternativa por la que apostar. Además, Tequila Moon persigue un modelo de negocio en el que se den unas condiciones laborales óptimas en toda la cadena de producción, eligiendo a aquellos proveedores que certifiquen este esfuerzo.

Bibliografía

Salcedo, E. (2014): *Moda ética para un futuro sostenible*. 1ª ed. GGModa.

Fletcher, K. (2008): *Sustainable fashion and textiles: design journeys*. 1ª ed. Eathscan.

Yiping, L. (2010): *Bamboo and Climate Change Mitigation*. Informe técnico nº 32.

Tequila Moon (2019): website oficial de la compañía [<http://www.tequilamoon.es>], disponible en 07/11/2019.