

Fashion Industry, a review of its literature.

Verónica Tordecilla Acevedo, Magister¹, Angie Sophia Guardo Hernandez, Undergrade², and Camila Andrea Barrios Puerta, Undergrade³

^{1,3}Universidad Tecnológica de Bolívar, Colombia, vtordecilla@utb.edu.co, puertac@utb.edu.co

²Universidad Tecnológica de Bolívar, Colombia, angiesophia0715@gmail.com

Abstract- *The fashion industry has undergone a significant evolution toward sustainability in response to consumer demands and growing environmental concerns. This study provides a theoretical-systematic review that examines fashion's transition toward sustainability and its impact on business approaches in the industry. The existing literature on sustainable development, sustainability, the fashion industry, and consumer behaviors are analyzed to gain an in-depth understanding of these changes.*

The research employs the PRISMA methodology to ensure a comprehensive and rigorous review of the available literature. This involves the collection and analysis of relevant bibliographic data using tools such as Scopus and specialized software such as Rstudio and VOSviewer. The study also identifies emerging trends and key areas of research in sustainable fashion.

The findings indicate a growing interest and commitment to sustainability in the fashion industry, evidenced by an increase in the production of items and a more collaborative approach to research. The study highlights the initiatives of leading brands and companies in adopting sustainable practices and the positive impact on consumer behavior.

This study offers a comprehensive examination of the current state of sustainable fashion, providing practical recommendations to promote sustainability in the industry. It underscores the significance of international collaboration and sustained investment in research and innovation to drive meaningful change towards a more sustainable future in fashion.

Keywords- *Sustainable fashion, sustainable development, fashion industry, responsible consumption, environmental impact.*

Resumen- *La industria de la moda ha experimentado una evolución significativa hacia la sostenibilidad en respuesta a las demandas de los consumidores y las crecientes preocupaciones ambientales. Este estudio ofrece una revisión teórico-sistemática que examina la transición de la moda hacia la sostenibilidad y su impacto en los enfoques empresariales en el sector. Se analiza la literatura existente sobre desarrollo sostenible, sostenibilidad, la industria de la moda y comportamientos del consumidor para comprender a fondo estos cambios.*

La investigación utiliza la metodología PRISMA para garantizar una revisión exhaustiva y rigurosa de la literatura disponible, recopilando y analizando datos bibliográficos relevantes utilizando herramientas como Scopus y software especializado como Rstudio y VOSviewer. Se identifican tendencias emergentes y áreas clave de investigación en la moda sostenible.

Los hallazgos revelan un creciente interés y compromiso con la sostenibilidad en la industria de la moda, con un aumento en la producción de artículos y un enfoque más colaborativo en la investigación. Se destacan las iniciativas de marcas y empresas líderes en adoptar prácticas sostenibles y el impacto positivo en el comportamiento del consumidor.

Este estudio ofrece una visión detallada de la situación actual de la moda sostenible, proporcionando recomendaciones prácticas para promover la sostenibilidad en la industria. Se enfatiza la importancia de la colaboración internacional y el compromiso continuo con la investigación y la innovación para impulsar un cambio significativo hacia un futuro más sostenible en la moda.

Palabras clave- *Moda sostenible, desarrollo sostenible, Industria de la moda, consumo responsable, impacto ambiental.*

I. INTRODUCCIÓN

El sector de la moda se caracteriza por la gran incertidumbre de la demanda y las constantes fluctuaciones de los deseos e inquietudes de los consumidores. La moda, como motivación vital de deseos efímeros, se formó culturalmente y fue cronológicamente discreta en sus funciones en muchas sociedades [1]. El fenómeno de la moda empezó a emerger plenamente en Europa a partir del siglo XIV, cuando se consolidó una claradistinción entre la indumentaria masculina y femenina y cuando las clases altas empezaron a cambiar con frecuencia su estilo de vestir en el siglo XVIII, con la llamada "revolución del consumo", se amplió el espectro social influido por la moda y, con la revolución industrial, se convirtió en una industria [2].

El panorama de la moda cambia radicalmente y la moda sostenible se convierte en una tendencia cada vez más generalizada [3]. En los últimos años, los cambios en la industria han introducido los valores de sostenibilidad y conducta ética introduciendo cambios en el entorno, por ejemplo, utilizando materiales orgánicos o promoviendo colecciones más sostenibles [4]. La creciente preocupación por el medio ambiente ha llevado a consumidores, fabricantes e investigadores a prestar atención a las necesidades de consumo sostenible de electricidad, textiles, ropa, alimentos y productos de alimentación [5]. La industria de la moda contribuye en gran medida a los problemas de sostenibilidad social y medioambiental. Los retos de la sostenibilidad abarcan todo el ciclo de vida de un producto [6]. En la actualidad, el término sostenibilidad se aplica a un mercado de moda tradicional, que no sólo se dedica a funciones comerciales, sino que se llevan a cabo actividades comunitarias en beneficio del medio ambiente [7].

Este sistema biológico surgió como una fuerza orientadora donde muchas empresas aprovecharon el tiempo de cierre por el

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).

DO NOT REMOVE

confinamiento vivido en la pandemia Covid-19 para reorientar sus esfuerzos hacia la sostenibilidad, donde se plantea como una forma de "cambio radical" "a través de modelos de negocios innovadores, potenciando a los agentes de cambio y comprendiendo mejor los estilos de vida de los consumidores de moda sostenible"[8]. Ser una "empresa sostenible" significa tomar decisiones para reducir el impacto ecológico de las actividades de producción, racionalizar los procesos de producción, reducir los residuos y diseñar y fabricar objetos que, gracias a las materias primas utilizadas y a los procesos de producción, no tengan un impacto excesivamente negativo en el medio ambiente [9]. La innovación ecológica es un método eficaz para aliviar la contaminación de la ropa. La innovación ecológica de las marcas de ropa es una actividad basada en la mejora del comportamiento medioambiental y la reducción de la contaminación [10]. Esto ha incentivado el cambio en el comportamiento de la generación "Y", ha logrado pasar de la visión convencional la cual prioriza el cambio constante y se adhiere a una cultura de compra hedonista e impulsiva, a adoptar decisiones más sostenibles y conscientes [11].

Por otra parte, en la literatura de gestión de la moda se ha encontrado que el concepto de responsabilidad se ha ido ampliando progresivamente desde la responsabilidad económica de una empresa individual de obtener beneficios para sus accionistas hasta una responsabilidad moral y ética más amplia hacia la sociedad [12]. Sugiriendo así que el éxito comercial de una empresa se consigue combinando dicha responsabilidad económica, social y medio ambiental, por lo cual al tiempo que se utilizan herramientas que prevén la aplicación de valores morales y éticos, el respeto a las personas y la protección del medio ambiente [13]. Demostrando a la sociedad como esta evolución y al utilizar estas herramientas permite que se conviertan en empresas maduras que transmiten a cada uno de sus consumidores la preocupación por el medio ambiente. En el pasado la moda ecológica era considerada como fea y obsoleta, trayendo consigo asociaciones como baja calidad, precios altos y diseños anticuados. No obstante, hoy en día los consumidores la asocian con elegante, mostrando activamente sus prácticas de amor por el medio ambiente. Break News [14] asegura que en un futuro próximo la palabra clave será eco incorporado, lo que significa que todos los productos de diseño textil tienen una calidad ecológica intrínseca [15].

En consecuencia, en la actualidad son más los consumidores que están plenamente comprometidos con un estilo de vida ecológico, por este motivo es significativo que las empresas exploren la importancia que tiene a la hora de realizar campañas publicitarias de sus productos y así ofrecer un marketing verde, de hecho, los investigadores de mercado afirman que los consumidores responderán más positivamente a las afirmaciones de comercialización de productos de confección respetuosos con el medio ambiente con las empresas de ropa que deseen comercializar moda ecológica y a la vez beneficiarse del uso de mensajes más explícitos que garanticen una mejor comprensión y menos confusión entre los

consumidores [16]. Los esfuerzos de sostenibilidad tienen en cuenta los costes medioambientales totales de la fabricación, producción, distribución y el consumo final del producto, las operaciones de sostenibilidad exigen que las industrias de moda integren todos sus objetivos y compartan una visión del mundo común [17].

En la cadena de suministro textil se ha incorporado el uso de materiales orgánicos certificados como una tendencia creciente permitiendo un ahorro de costes a largo plazo generando como resultado la reducción de la huella ambiental y aportándole mayor calidad al producto dado que este es un factor directo de "éxito". Los materiales ecológicos se perciben como beneficiosos en términos de mejor calidad que puede reflejarse en el precio, así como en la reducción de costes debido a la disminución del uso de agua y productos químicos en el procesamiento ref. [18] se ha demostrado la creciente utilización de la moda circular como modelo de negocios permitiendo que productos textiles sean aptos para la circularidad, garantizando la absorción de materias primas secundarias, combatiendo la presencia de sustancias químicas peligrosas, y capacitando a las empresas y a los consumidores privados para que elijan productos textiles sostenibles y tengan fácil acceso a los servicios de reutilización y reparación [19]. Este modelo pretende desligar el crecimiento económico y el desarrollo del consumo de recursos infinitos [20]. Webster [21] se refiere a la economía circular como oportunidades de innovación en el diseño de productos, servicios y modelos de negocio; como resultado, establece un marco y bloques de construcción para un sistema resistente a largo plazo. Al representar cuatro principios clave para la Economía Circular: extensión de la vida útil del producto, redistribución/reutilización, Re fabricación y reciclaje ref. [22] el reciclaje textil presenta una oportunidad para incorporar un diseño que facilite el desmontaje y la reciclabilidad ref. [23] Se han desarrollado nuevas soluciones tecnológicas para un sistema más sostenible y de ciclo cerrado para la industria textil, y están llegando al mercado nuevas marcas sostenibles y circulares.

El sistema de circuito cerrado, en el que las prendas se reciclan en nuevas fibras [24] Las marcas de moda se esfuerzan cada vez más por producir artículos duraderos, para que las prendas, los tejidos y las fibras conserven su máximo valor el mayor tiempo posible [1] La transición hacia la EC en la industria de la moda puede variar en función del país/región, los niveles de renta, las tendencias actuales de consumo de ropa y los retos y normativas [25]. El cambio de un modelo lineal de consumo de recursos a un sistema de producción cerrado que sustituye el concepto de "fin de vida" por el de restauración ref. [26] la clasificación y categorización de los artículos de moda son aspectos complejos debido a la gran variedad de materiales y productos y a la dependencia de los trabajadores que interpretan cada artículo [27] y la moda y la disponibilidad fueron barreras clave para los consumidores a la hora de comprar ropa ética [28]. La economía circular desafía el pensamiento sistémico actual y se aleja de un enfoque lineal a otro en bucle, o de la cuna a la cuna dentro de la cadena de suministro, en el

que los materiales se utilizan y reutilizan con mayor frecuencia antes de ser desechados ref. [29] pero no se descarta que en un futuro la sostenibilidad y la moda podrían implicar una idiosincrasia ya que la moda sugiere algo que siempre cambia, es tendencia, y esto, puede ser descartado con bastante rapidez [4].

II. METODOLOGIA

A. Recolección de datos

Para la obtención de los documentos bibliográficos de este artículo se utilizó la base de datos Scopus dada la proporción de artículos científicos de alta calidad. La característica importante de esta base de datos (Scopus) es que incluyen todo tipo de artículos e indexan todos los autores, direcciones institucionales y referencias bibliográficas de cada artículo ref. [30] Scopus fue creada en 2004 por Elsevier B. V, es la mayor base de datos de citas y resúmenes de literatura arbitrada y de fuentes de alta calidad en el Web. Cubre cerca de 18 000 publicaciones seriadas de más de 5000 casas editoras; 16500 son revistas arbitradas. Contiene más de 40 millones de registros procedentes de publicaciones seriadas (revistas y series monográficas) y comerciales ref. [31] Scopus de Elsevier es una alternativa consolidada a la Web of Science y se utiliza en distintas clasificaciones internacionales de universidades, por ejemplo, podemos distinguir la clasificación del Times Higher Education. En definitiva, el uso de estas dos bases de datos no necesita mayor justificación [29].

B. Método Prisma

La siguiente revisión sistemática se realizó con el método PRISMA, con el fin de desarrollar una investigación sobre las características y estado actual de la literatura referente a la industria de la moda en el mundo. Las revisiones bajo este método son de gran utilidad en aspectos críticos porque ayudan a proporcionar del estado del conocimiento en un área determinada y que a partir de esta se puede identificar futuras prioridades de investigación [32], además, el respaldo de casi 200 revistas y organizaciones de revisión sistemática, y la adopción en varias disciplinas. La evidencia de estudios observacionales sugiere que el uso de la declaración PRISMA está asociado con informes más completos de revisiones sistemáticas [20]. PRISMA incorpora varios aspectos conceptuales y metodológicos novedosos relacionados con la metodología de las revisiones sistemáticas que han emergido en los últimos años, período en el que ha habido una importante producción de revisiones y de investigación sobre estas [33].

Primeramente, para la obtención de los artículos se utilizó la base de datos anteriormente mencionada, donde se efectuó una primera búsqueda y las palabras claves fueron "Sustainable" y "Fashion", este arrojó 3.142 documentos. El siguiente paso fue filtrar con el fin de reducir el número de documentos a nuestros requerimientos, el resultado que se obtuvo luego que estos documentos fueron filtrados fue de 373, lo cual permitió así la obtención de artículos más específicos y referidos a nuestro tema de estudio. Los criterios que se

encuentra a la hora de hacer el filtro fue inicialmente seleccionar el período de años desde 2015 a 2022 con el propósito de obtener documentación vigente, luego de esto, se seleccionó el área a estudiar de este tipo de artículos, que fue, negocios y afines. Previamente se comenzó un proceso de revisión metódico para analizar y verificar cada uno de los resúmenes de estos artículos y verificar si cumplían con nuestros requerimientos, se consideró una serie de artículos importantes que no está establecido en los periodos vigentes que fue del año 2005-2014 y se eliminaron 8 artículos que no permitían acceder, es así como se concluye con un total de 52 artículos, los cuales pasaron a la fase posterior de la revisión bibliométrica (Figura 1), los diagramas de flujo de las síntesis de pruebas permiten al lector comprender rápidamente los procedimientos básicos utilizados en una revisión y examinar la de registros irrelevantes a lo largo del proceso de revisión [28].

Grafica Prisma identificación de nuevos estudios

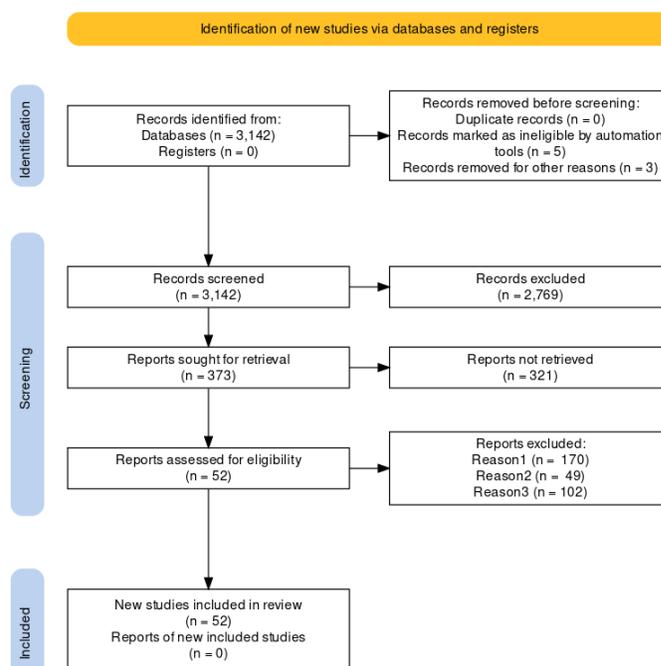


Figura 1. Los elementos del procedimiento de investigación para hallar estudios mediante el uso de bases de datos y registros en internet.

C. Enfoque del estudio

En el siguiente estudio se aplicó la revisión de la literatura por medio de la revisión sistemática, además se utilizó el software Rstudio junto con el paquete Bibliometrix que permite abrir un interfaz de la herramienta Biblioshiny donde se obtuvo los datos para la realización de las gráficas. Por otra parte, se utilizó el programa VOSviewer con el fin de analizar los datos bibliométricos, La bibliometría ha evolucionado rápidamente y se ha perfeccionado técnicamente junto con el crecimiento exponencial de la ciencia.

En la actualidad, la enorme cantidad de datos publicados en revistas académicas, libros, patentes, actas, etc. requieren ser almacenados y organizados en bases de datos bibliométricas, Una vez obtenidos los datos, el analista podría desarrollar un proceso de análisis del rendimiento. En este proceso, se obtiene información sobre la producción y el impacto de un área de investigación específica, las herramientas de software podrían ofrecer los indicadores que el desarrollador considere adecuados para la evaluación científica [23].

III. REVISION – ANALISIS DE RESULTADOS

Información General Y análisis De Desempeño

Description	Results
Main Information About Data	
Timespan	2001:2022
Sources (Journals, Books, etc)	47
Documents	85
Annual Growth Rate %	18.61
Document Average Age	2.6
Average citations per doc	50.81
References	6076
Document Contents	
Keywords Plus (ID)	379
Author's Keywords (DE)	349
Authors	
Authors	269
Authors of single-authored docs	5
Authors Collaboration	
Single-authored docs	5
Co-Authors per Doc	3.44
International co-authorships %	44.71
Document Types	
article	73
book chapter	4
conference paper	2
review	6

Tabla 1. Información principal sobre el conjunto de datos bibliográficos, elaboración propia a través de Rstudio

Para analizar los resultados obtenidos, se inicia por describir la información general de los documentos utilizados para la revisión, esta información se resume en la Tabla 1 y se describe a continuación. En primer lugar, como se mencionó anteriormente, en la recolección de datos y metodología, se incluyeron 52 artículos en la revisión, los cuales están relacionados con 47 fuentes de revistas. De los 52 artículos seleccionados, sólo 6 son artículos de revisión, lo que corresponde a sólo el 11%, lo cual es relativamente bajo y es conveniente, por lo que es significativo distinguir que los artículos son indicados para este análisis.

Cabe señalar, que encontró que de los 269 autores entotal, sólo 5 de ellos publicaron artículos de autoría única, lo que según Julia [34], muestra que actualmente hay muchas colaboraciones en el ámbito académico para estudiar sobre el tema de industria de moda y la evolución que esta ha dado, debido a que la preocupación actual de los gobiernos por el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

de la Agenda 2030 propuesta por las Naciones Unidas, supone un impulso crucial a la implantación del nuevo modelo propuesto ya que dicho modelo se encuentra alineado directa o indirectamente con la mayor parte de los diecisiete ODS . Por esta razón, es necesario añadir que la media de citas por documentos es de 50.81, lo cual indica que hay un gran interés creciente por este tema, el cual se está investigando actualmente debido a la alta incidencia de crecimiento que por año se está presentando, lo que corresponde al 18.61%, un porcentaje significativo y llamativo para esta temática.

A. Crecimiento de la literatura

Producción científica anual

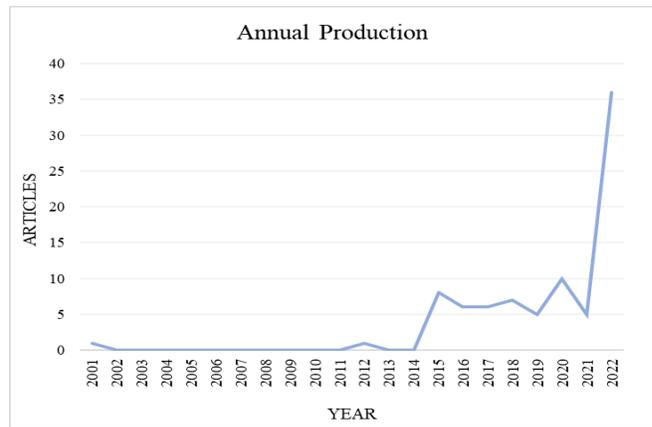


Figura 2. La gráfica puede mostrar tendencias de crecimiento o declive en la producción científica a lo largo del tiempo.

Se observa que el año con mayor producción de artículos que estaban más relacionados con el tema de investigación, corresponde al año 2022, con una cifra de 10 artículos y el año 2022 con más de 35 artículos. Esto cobra sentido al tener en cuenta que en el año 2015 se realizó el acuerdo de Cambio Climático de París con el fin de funcionar como catalizador para la lucha contra el cambio climático donde se impuso severas restricciones para la industria textil. A este propósito, en respuesta a un interés mundial en sostenibilidad, algunos implicados de moda ya han adoptado prácticas sostenibles para cambiar la insostenibilidad de la producción y la oferta de la industria textil [24], De acuerdo con estudio el 24% de las empresas de moda ya han implementado políticas de economía circular sobre las materias primas y el 57% se encuentran en vías de ello [24].

N° PRODUCCION

■ < 10 ■ 10-15 ■ 15-20 ■ 20-25 ■ ≥ 25

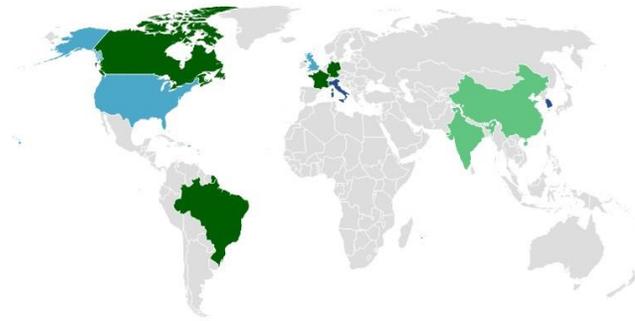


Figura 3. Muestra la producción científica entre distintos países, así como identificar tendencias y áreas de excelencia científica a nivel internacional.

En la Fig. 3 se observan los países en los que se ha considerado en mayor relevancia el tema de estudio, en los años de estudio y se evidencia con colores que Italia encabezaba la lista de países con el máximo número de artículos sobre el tema (29); siendo Italia un país pionero en la industria textil, en contraste Francia ocupa la última posición con (5) investigaciones.

Adicionalmente, en dicha figura se ilustra que muchos países (todos aquellos que no se resaltan con colores) aún no han participado en el debate científico, es decir, creación o publicación de artículos relevantes con relación al tema de estudio. La industria de la moda es un rubro que se encuentra en constante cambio a causa de las nuevas tendencias y necesidades del consumidor; y, la moda sostenible, siendo una tendencia relativamente nueva, requiere de una comunicación activa que eduque e informe al consumidor [35].

Dentro de este contexto, resulta interesante analizar la producción científica de la industria textil a través del tiempo. La figura 4 representa los principales países basados en la publicación de artículos investigativos que han sido continuamente estudiados desde 2001 hasta 2022.

Producción internacional en línea de tiempo.

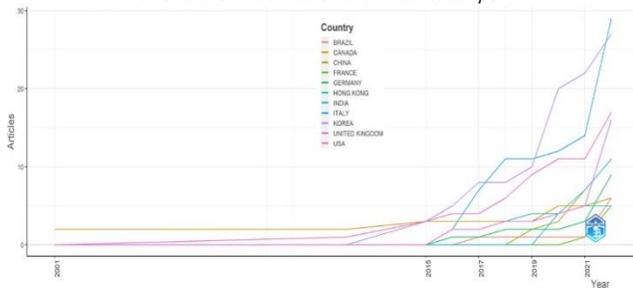


Fig 4. Describe una representación visual que muestra la evolución temporal de la producción académica a nivel internacional.

Como se observa, en la parte derecha de la figura, la tendencia de crecimiento respecto a cada país de 2015 a 2022 está demostrada por el indicador representado por los diferentes colores, por esta razón Italia resalta de manera contundente, con

la mayor frecuencia de artículos. Este tema ha sido de gran importancia y relevancia para Italia donde sus investigaciones sobre esta temática iniciaron desde 2016 y hasta la fecha ya han aportado 29 artículos que permiten continuar con el estudio de la temática, resaltando un valor significativo para los distintos estudios que pretenden proporcionar mejoras continuas con relación a la industria de la moda sostenible.

Producción internacional más citada.

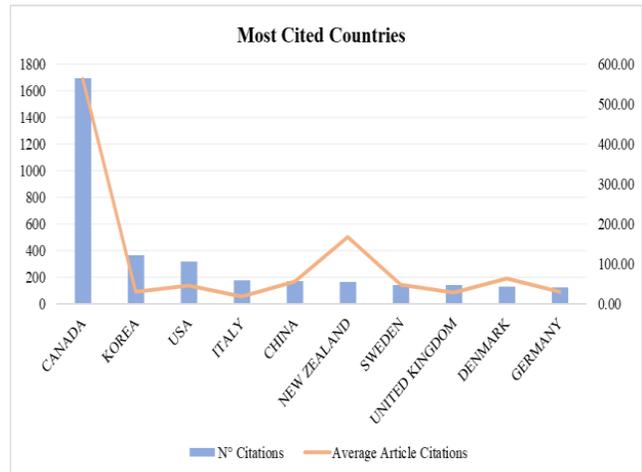


Fig 5. Los 10 países más citados en la industria de la Moda.

Mediante el análisis realizado, se obtuvo como resultado el top 10 de los países más citados en la industria de la moda, donde Canadá se destaca en primer lugar en las citaciones en investigaciones respecto a la temática con 1693 N° de citaciones y un promedio de citas de artículos de 564.33, seguidamente se percibe una tendencia a la baja, ya que la distancia entre las siguientes cifras es grande, estas son: Corea 364, Estados Unidos (321), Italia (175), en las tres primeras posiciones y en contraste cierra el ranking Alemania con (31.50); con respecto a esta tendencia la gráfica nos muestra un pico significativo que se ubica entre, China, Nueva Zelanda y Suecia, en efecto, destaca en este análisis puesto que estos países obtuvieron un alza en el promedio de las citas de sus artículos, lo cual nos demuestra que con el pasar de los años es evidente el crecimiento con relación a las investigaciones a esta temática de estudio.

Los 20 principales países de publicación según el autor.

A partir del eje de estudio, con relación a los tipos de artículos proporcionados y para entender de mejor manera las publicaciones por autor se considerarán las publicaciones: a) de un solo país (SCP) y b) las publicaciones de múltiples países o (MCP). La interpretación de las primeras significa que todos los autores involucrados pertenecen a un mismo país, en consecuencia, sus publicaciones y estudios son realizadas en ese mismo país, y, en las segundas (de múltiples países) se entienden que en este tipo de publicaciones los autores no pertenecen a un solo país sino a diferentes países de cualquier

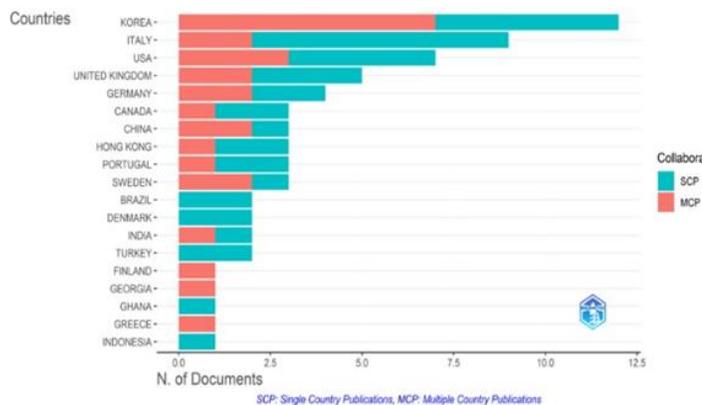


Fig 6. Presenta una lista de los veinte países con la mayor cantidad de publicaciones científicas o académicas atribuidas a autores de dichos países.

región y ubicación geográfica, proporcionando una colaboración internacional de publicaciones e investigaciones en áreas afines.

Del listado que se aprecia en la fig 6 y de acuerdo a los dos tipos de artículos publicados se destacan los siguientes países: Corea, el cual genera el mayor número de documentos proporcionados para el estudio y uso del análisis generado en la temática con un total de 12 artículos, 5 (SCP) y 7 (MCP), luego de esto le sigue Italia, con mayores publicaciones múltiples 7 (MCP), y 5 (SCP) para un total de 9 artículos, Estados Unidos con 7 artículos en total, 4 (SCP) y 3 (MCP), Reino Unido posee 3 (SCP) y 2 (MCP) con un total de 5 artículos, Alemania tiene únicamente 4 en total, 2 (SCP) y 2 (MCP), Canadá, China, Hong Kong y Portugal se igualan con 3 artículos y los demás países restantes van disminuyendo sus colaboraciones y número de documentos proporcionados a estudio.

Ranking de instituciones	
Afiliación	Artículos
Yonsei University	16
Politecnico Di Milano	5
Changwon National University	3
Jeonju University	3
Oklahoma State University	3
Aalto University	2
Aalto University School Of Business	2
Concordia University	2
Cranfield University	2
Donghua University	2

Tabla 2. Esta tabla proporciona una visión rápida de las entidades académicas más activas en el campo de la industria de la moda.

Basados en el análisis realizado se señala que las instituciones con mayor número de artículos publicados y desarrollados que permiten la divulgación y estudio de cada uno de los temas, casos y ejemplos alrededor de nuestro eje central y de importancia, la industria de la moda. La Universidad de

Yonsei es la primera del listado, considerando la proporción de artículos, con un total de 16 documentos, dicha universidad se encuentra ubicada en Corea, país que ha tomado un papel importante a lo largo del estudio. Continuamente sigue; Politécnico Di Milano (5), Universidad Nacional de Changwon (3), Universidad de Jeonju (3), Universidad Estatal de Oklahoma (3), Universidad Aalto (2), Escuela de Negocios de la Universidad Aalto (2), Universidad de Concordia (2), Universidad de Cranfield (2), y finalmente, la Universidad de Donghua (2), ante este ranking se espera que muchas más universidades en distintas partes del mundo se sumen y puedan lograr la publicación de este tipo de artículos y colaboraciones internacionales.

B. Ranking de afiliaciones

El ranking de las afiliaciones e instituciones que se involucran en el proceso continuo de publicaciones de artículos aprobados y enfocados en la temática de estudio, está dado por el siguiente posicionamiento; en primer lugar, se encuentra la revista “Journal of Business Researchr” con 10 artículos publicados, seguidos de “Journal of Cleaner Production” (9), “Sustainability” (6), “Journal of Fashion Marketing and Management” (5), “Journal of Global Fashion Marketing” (5), “Sustainable Production and Consumption” (3), “Business Horizons” (2), “Business Strategy and The Enviroment” (2), “Fashion Practice” (2), y finalmente en el puesto 10° se ubica la revista, “Internacional Journal of Consumer Studies” (2), dando como resultado distintas opciones de publicaciones en revistas indexadas y aprobadas con un alto rango y renombre en las áreas afines de estudio.

Autores relevantes en la industria de la moda

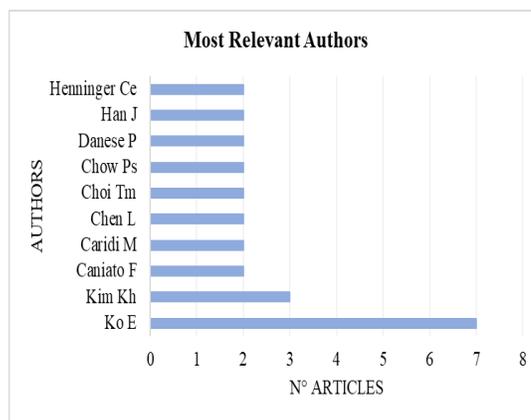


Figura 7. El gráfico destaca a los autores influyentes que han contribuido significativamente al desarrollo y comprensión de la industria de la moda.

Se observa que los autores que destacaron en ésta investigación con el mayor número de artículos asociados en la industria de la moda son: Ko E con (7) artículos, seguido de, Kim Kh (3), Caniato F (2), Caridi M (2), Chen L (2), Choi Tm (2), Chow Ps (2), Danese P (2), Han J (2) y, por último, Henninger Ce (2). Se distingue que un factor esencial en este

comportamiento se asocia con la nacionalidad de los autores, quienes en su mayoría son coreanos, los cuales trabajan en pro de los estudios y colaboraciones internacionales en relevancia a la industria de la moda y sus cambios en la actualidad, una vez más, Corea destaca significativamente en el análisis.

IV. DISCUSIÓN

Esta investigación se basa en la recopilación de información artículos en los cuales era importante que cumplieran con el área a estudiar, en este sentido, comprendía, las áreas de Negocios, Gestión y Contabilidad, buscando proveer un enfoque de la industria de la moda desde la perspectiva evolutiva que ese sector ha tenido con el pasar de los años. Actualmente, de manera afirmativa, tal como lo arrojó la investigación al usar R Studio existe una relación evidente entre la industria de la moda y la sostenibilidad, la cual desarrolla orientaciones que pueden generar beneficios o aportes al medio ambiente y a cada miembro participe en ella.

Adicionalmente, es importante señalar que las investigaciones y artículos proporcionados en este eje de estudio cada día son mayor, se observa que la influencia de crear y desarrollar moda, no se basa únicamente en simples composiciones de diseño, existe un trasfondo teórico, práctico, investigativo y de buenas prácticas sostenibles y sustentables que cobran valor en la realidad actual en la industria de la moda en países como, Canadá y Corea.

Mapa conceptual estructural

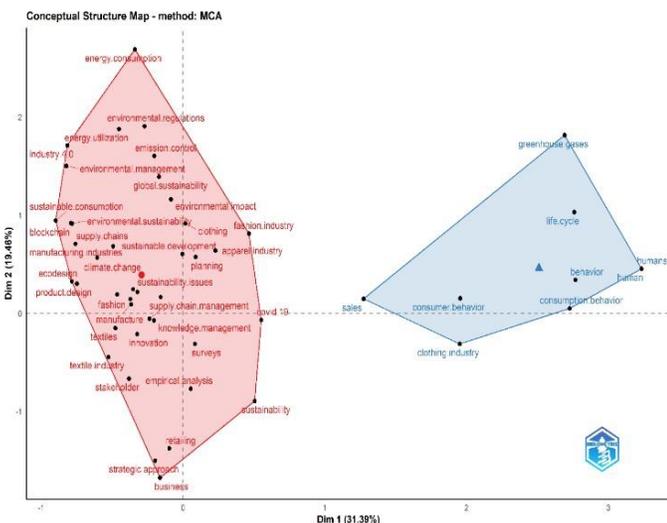


Figura 8. Esta figura muestra sobre la investigación de la industria de la moda ilustra las conexiones profundas y complejas entre diversos elementos que conforman este ámbito específico de estudio.

En la figura anterior se determina el mapa factorial del estudio, que demuestra de manera significativa y relevante la composición y estructura arrojada por todos los artículos seleccionados, de tal forma que se comprende la incidencia en el número de palabras usadas y de mayor significancia en la

industria de la moda, negocios y su gestión al nivel de cada uno de los países involucrados.

Mapa de acoplamiento

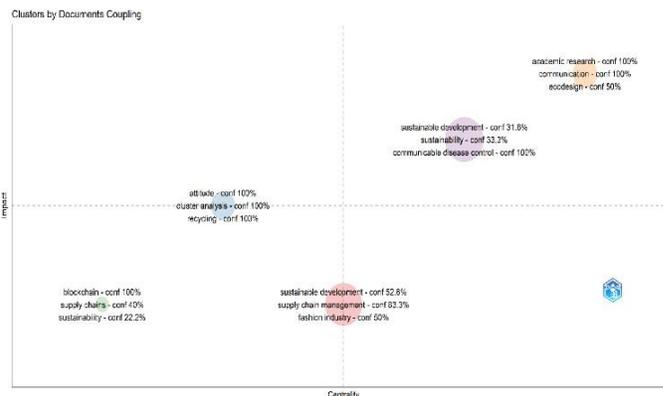


Figura 9. Elaboración propia a través de Rstudio

Mediante el mapa de acoplamiento se observa la distribución y porcentajes resultantes de los documentos usados y el impacto entorno a la investigación dada, es por esto que se destacan por bloques y factores de las áreas de estudio un valor para cada uno de ellos, por ejemplo, se observa el caso el caso en el eje central de “sustainable development” con un 52.6%, demostrando el alto índice de desarrollo en el área medioambiental de cada uno de los artículos y documentos seleccionados en la investigación realizada.

V. CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación por medio del método Prisma y la revisión de literatura a cada uno de los documentos seleccionados, se concluye que el desarrollo sustentable en la industria de la moda presenta tendencia en auge, esto, debido al incremento de documentos e investigaciones de diferentes autores alrededor del mundo en el área de estudio tratada. Este desarrollo literario y sistemático entorno a la sustentabilidad ha proporcionado información que puede ser relevante para continuar mejorando en las prácticas adecuadas en la industria de la moda y generar impactos positivos. Para ello es clave para el surgimiento de nuevas alternativas de análisis y de documentos e investigaciones que permitan progresar, construir y avanzar en este sector. De acuerdo con esta revisión, un segmento de las empresas de moda ya empieza a implementar políticas de economía circular sobre las materias primas y un creciente número encuentran en vías de hacerlo, esto deberá reflejarse en una gran medida, en la realidad de la industria de la moda y en las futuras investigaciones sobre ella, con una conciencia de sostenibilidad global.

REFERENCES

- [1] Ki, C.W., Chong, S.M., Ha-Brookshire, J.E., 2020. How fashion can achieve sustainable development through a circular economy and stakeholder engagement: A systematic literature review. Corp Soc

- Responsib Environ Manag 27, 2401–2424. (<https://doi.org/10.1002/CSR.1970>)
- [2] Colucci, M., Vecchi, A., (2021). Close the loop: Evidence on the implementation of the circular economy from the Italian fashion industry. *Bus Strategy Environ* 30, 856–873. (<https://doi.org/10.1002/BSE.2658>)
- [3] Aria M., Alterisio A., Scandurra A, Pinelli C., D'Aniello B, (2021) El mejor amigo del erudito: tendencias de investigación en estudios cognitivos y conductuales de perros, *Cognición animal* . (<https://doi.org/10.1007/s10071-020-01448-2>)
- [4] Harzing, A.W., Alakangas, S. (2016). Google Scholar, Scopus and the Web of Science: a longitudinal and cross-disciplinary comparison. *Scientometrics* 106, 787–804. (<https://doi.org/10.1007/S11192-015-1798-9>)
- [5] Koszewska, M., Rahman, O., Dyczewski, B., (2020). Circular Fashion - Consumers' Attitudes in Cross-National Study: Poland and Canada. *Autex Research Journal* 20, 327–337. (<https://doi.org/10.2478/aut-2020-0029>)
- [6] Na, Y., Na, D.K. (2015). Investigating the sustainability of the Korean textile and fashion industry. *International Journal of Clothing Science and Technology* 27, 23–33. (<https://doi.org/10.1108/IJCS-08-2013-0085>)
- [7] Hu, S., Henninger, C.E., Boardman, R., Ryding, D., 2019. Challenging current fashion business models: Entrepreneurship through access-based consumption in the second-hand luxury garment sector within a circular economy. *Environmental Footprints and Eco-Design of Products and Processes* 39–54. https://doi.org/10.1007/978-981-13-0623-5_3
- [8] Aria, M., Cuccurullo, C., D'Aniello, L., Misuraca, M. y Spano, M. (2022). Análisis temático como nueva herramienta culturómica: la cobertura de las redes sociales sobre la pandemia de COVID-19 en Italia. *Sostenibilidad*, 14(6), 3643, (<https://doi.org/10.3390/su14063643>).
- [9] Barnes, L., Lea-Greenwood, G., Zarley Watson, M., Yan, R.N. (2013). An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* 17, 141– 159. (<https://doi.org/10.1108/JFMM-02-2011-0045/FULL/XML>)
- [10] Cánovas, B.R., Martín-Caro, E., 2019. Actitudes ante la sostenibilidad y la moda: una exploración por grupos de edad. *adResearch ESIC International Journal of Communication Research* 20, 20–35. <https://doi.org/10.7263/ADRESIC-020-02>
- [11] Cañedo Andalia, R., Rodríguez Labrada, R., Montejo Castells, M., 2010. Scopus: la mayor base de datos de literatura científica arbitrada al alcance de los países subdesarrollados. *ACIMED* 21, 270–282.
- [12] Chen, L., Qie, K., Memon, H., Yesuf, H.M. (2021). The empirical analysis of green innovation for fashion brands, perceived value and green purchase intention-mediating and moderating effects. *Sustainability (Switzerland)* 13. (<https://doi.org/10.3390/su13084238>)
- [13] Bernardi, A., Cantù, C.L., Cedrola, E., 2022. Key success factors to be sustainable and innovative in the textile and fashion industry: Evidence from two Italian luxury brands. *Journal of Global Fashion Marketing* 13, 116–133. <https://doi.org/10.1080/20932685.2021.2011766>
- [14] Caballero-Castaneda, M.S., Castro-Bernardini, M.J., Gallardo-Echenique, E., 2021. Vintage and upcycling as branding strategies in sustainable fashion. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI*. <https://doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476356>
- [15] Mongeon, P., Paul-Hus, A. (2016). The journal coverage of Web of Science and Scopus: a comparative analysis. *Scientometrics* 106, 213–228. (<https://doi.org/10.1007/S11192-015-1765-5>)
- [16] Vehmas, K., Raudaskoski, A., Heikkilä, P., Harlin, A., Mensonen, A. (2018). Consumer attitudes and communication in circular fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management* 22, 286–300. (<https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2017-0079>)
- [17] Caballero-Castaneda, M.S., Castro-Bernardini, M.J., Gallardo-Echenique, E., 2021. Vintage and upcycling as branding strategies in sustainable fashion. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI*. <https://doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476356>
- [18] Julia M., N.T., Eva, D.A.C., Francisco J., R.C., 2021. Economía circular en la industria de la moda: Pilares básicos del modelo. *Rev Cienc Soc* 27, 162–176. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.37000>
- [19] Karaosman, H., Perry, P., Brun, A., Morales- Alonso, G., 2020. Behind the runway: Extending sustainability in luxury fashion supply chains.
- [20] Sandvik, I.M., Stubbs, W. (2019). Circular fashion supply chain through textile-to-textile recycling. *Journal of Fashion Marketing and Management* 23, 366–381. (<https://doi.org/10.1108/JFMM-04-2018-0058/FULL/XML>)
- [21] Cuccurullo, C., Aria, M. y Sarto, F. (2013). Veinte años de investigación sobre la gestión del desempeño en los ámbitos empresarial y de la administración pública. *En Academy of Management Proceedings (Vol. 2013, No. 1, p. 14270)*. *Academia de Administración* (<https://doi.org/10.5465/AMBPP.2013.14270abstra ct>).
- [22] Textile Exchange, "MARKET REPORTS - Textile Exchange," (2017). (<https://textileexchange.org/2017-market-reports/>)
- [23] Page, M.J., McKenzie, J.E., Bossuyt, P.M., Boutron, I., Hoffmann, T.C., Mulrow, C.D., Shamseer, L., Tetzlaff, J.M., Akl, E.A., Brennan, S.E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J.M., Hróbjartsson, A., Lalu, M.M., Li, T., Loder, E.W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L.A., Stewart, L.A., Thomas, J., Tricco, A.C., Welch, V.A., Whiting, P., Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ* 372. (<https://doi.org/10.1136/BMJ.N71>)
- [24] Urbinati, A., Chiaroni, D., Chiesa, V. (2017). Towards a new taxonomy of circular economy business models. *J Clean Prod* 168, 487–498. (<https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2017.09.047>)
- [25] Lemire, B., Riello, G. (2008). East & West: Textiles and fashion in early modern Europe. *J Soc Hist* 41. (<https://doi.org/10.1353/JSH.0.0019>)
- [26] Cesarina Mason, M., Pauluzzo, R., Muhammad Umar, R. (2022). Recycling habits and environmental responses to fast-fashion consumption: Enhancing the theory of planned behavior to predict Generation Y consumers' purchase decisions. *Waste Management* 139, 146– 157. (<https://doi.org/10.1016/j.wasman.2021.12.012>)
- [27] Haddaway, N.R., Page, M.J., Pritchard, C.C., McGuinness, L.A.(2022). PRISMA2020: An R package and Shiny app for producing PRISMA 2020-compliant flow diagrams, with interactivity for optimised digital transparency and Open Synthesis. *Campbell Systematic Reviews* 18, e1230. (<https://doi.org/10.1002/CL2.1230>)
- [28] Hedegård, L., Gustafsson, E., Paras, M.K., 2020. Management of sustainable fashion retail based on reuse– A struggle with multiple logics. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 30, 311–330. <https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1667855>
- [29] Henninger, C.E., Alevizou, P.J., Oates, C.J., 2016. What is sustainable fashion? *Journal of Fashion Marketing and Management* 20, 400–416. <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2015-0052>

- [30] Min Kong, H., Ko, E. (2017). Why do consumers choose sustainable fashion? A cross-cultural study of South Korean, Chinese, and Japanese consumers. *Journal of Global Fashion Marketing* 8, 220–234. (<https://doi.org/10.1080/20932685.2017.1336458>)
- [31] Bondarenko, S., 2022. Methodological Foundations of Creating a Quality Management System of Business Processes on The Principles of Sustainability at The Fashion Industry Enterprise. *Quality - Access to Success* 23, 252–261. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.186.33>
- [32] Yepes-Nuñez, J.J., Urrútia, G., Romero-García, M., Alonso-Fernández, S. (2021). Declaración PRISMA 2020: una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. *Rev Esp Cardiol* 74, 790–799. (<https://doi.org/10.1016/J.RECESP.2021.06.016>).
- [33] Wang, H., Liu, H., Kim, S.J., Kim, K.H. (2019). Sustainable fashion index model and its implication. *J Bus Res* 99, 430–437. (<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.027>)
- [34] Karaosman, H., Perry, P., Brun, A., Morales- Alonso, G., 2020. Behind the runway: Extending sustainability in luxury fashion supply chains
- [35] Break news (2010). “Low-carbon green industry leads economic growth”, available at: http://breaknews.com/sub_read.html?uid/4119948§ion
- [36] Aria, M. & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix : una herramienta R para el análisis integral de mapas científicos, *Journal of Informetrics* , 11(4), pp 959-975, Elsevier, DOI:10.1016/j.joi.2017.08.007 (<https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>).
- [37] Aria M., Misuraca M., Spano M. (2020) Mapeo de la evolución de la investigación social y la ciencia de datos en 30 años de Investigación de Indicadores Sociales, Investigación de Indicadores Sociales . (DOI:) <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02281-3>)
- [38] Alblowi, R., Brydges, T., Henninger, C.E., Heinze, L., Retamal, M., Parker-Strak, R., Blazquez, M., (2022). Exploring supply chain sustainability drivers during COVID-19- Tale of 2 cities. *J Clean Prod* 373. (<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133956>)
- [39] Bondarenko, S., 2022. Methodological Foundations of Creating a Quality Management System of Business Processes on The Principles of Sustainability at The Fashion Industry Enterprise. *Quality - Access to Success* 23, 252–261. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.186.33>
- [40] Cuccurullo, C., Aria, M. y Sarto, F. (2016). Fundamentos y tendencias en la gestión del desempeño. Un análisis bibliométrico de veinticinco años en los dominios de las empresas y la administración pública, *Cienciometría* , DOI: 10.1007/s11192-016-1948-8 (<https://doi.org/10.1007/s11192-016-1948-8>).
- [41] Cuccurullo, C., Aria, M. y Sarto, F. (2015). Veinte años de investigación sobre la gestión del desempeño en los ámbitos empresarial y de la administración pública. Presentación en el Congreso de Análisis de Correspondencia y Métodos Relacionados (CARME 2015) (https://www.bibliometrix.org/documents/2015Carme_cuccurulloetal.pdf).
- [42] Sarto, F., Cuccurullo, C. y Aria, M. (2014). Explorando la literatura sobre la gobernanza de la atención médica: revisión sistemática y caminos para futuras investigaciones. *Mecosan* (https://www.francoangeli.it/Riviste/Scheda_Rivista.aspx?IDarticolo=52780&lingua=en).
- [43] Webster K. (2015). *The circular economy: a wealth of flows* (2nd ed.). Ellen MacArthur Foundation Publishing.
- [44] Alblowi, R., Brydges, T., Henninger, C.E., Heinze, L., Retamal, M., Parker-Strak, R., Blazquez, M., 2022. Exploring supply chain sustainability drivers during COVID-19- Tale of 2 cities. *J Clean Prod* 373. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133956>
- [45] Barnes, L., Lea-Greenwood, G., Zarley Watson, M., Yan, R.N., 2013. An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* 17, 141– 159. <https://doi.org/10.1108/JFMM-02-2011-0045/FULL/XML>
- [46] Bernardi, A., Cantù, C.L., Cedrola, E., 2022. Key success factors to be sustainable and innovative in the textile and fashion industry: Evidence from two Italian luxury brands. *Journal of Global Fashion Marketing* 13, 116–133. <https://doi.org/10.1080/20932685.2021.2011766>
- [47] di Vaio, A., Hassan, R., D’Amore, G., Tiscini, R., (2022). Responsible innovation and ethical corporate behavior in the Asian fashion industry: A systematic literature review and avenues ahead. *Asia Pacific Journal of Management*. (<https://doi.org/10.1007/s10490-022-09844-7>)
- [48] Fontana, G.L., Miranda, J.A. (2016). The business of fashion in the nineteenth and twentieth centuries. *Investigaciones de Historia Económica - Economic History Research* 12, 68–75. (<https://doi.org/10.1016/J.IHE.2016.03.017>)
- [49] Henninger, C.E., Ryding, D., Alevizov, P.J., Goworek, H., 2017. Sustainability in Fashion: A Cradle to Upcycle Approach. *Sustainability in Fashion: A Cradle to Upcycle Approach* 1–270. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-51253-2>
- [50] Jung, J., Kim, S.J., Kim, K.H., 2020. Sustainable marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty. *J Bus Res* 120, 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.019>
- [51] Mishra, S., Jain, S., Malhotra, G. (2020). The anatomy of circular economy transition in the fashion industry. *Social Responsibility Journal* 17, 524–542. (<https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2019-0216>)
- [52] Moral-Muñoz, J.A., Herrera-Viedma, E., Santisteban-Espejo, A., Cobo, M.J. (2020). Software tools for conducting bibliometric analysis in science: An up-to-date review. *Profesional de la Información* 29. (<https://doi.org/10.3145/EPI.2020.ENE.03>)
- [53] Pedersen, E.R.G., Andersen, K.R. (2015). Sustainability innovators and anchor draggers: A global expert study on sustainable fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management* 19, 315– 327. (<https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2014-0059>)
- [54] Todeschini, B.V., Cortimiglia, M.N., Callegaro-de-Menezes, D., Ghezzi, A. (2017). Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Bus Horiz* 60, 759–770. (<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.07.003>)
- [55] Urrútia, G., Bonfill, X. (2010). Declaración PRISMA: una propuesta para mejorar la publicación de revisiones sistemáticas y metaanálisis. *Med Clin (Barc)* 135, 507–511. (<https://doi.org/10.1016/J.MEDCLI.2010.01.015>)
- Yan, R.-N., Hyllegard, K.H., Blaesi, L.F. (2012). Marketing eco-fashion: The influence of brand name and message explicitness. *Journal of Marketing Communications* 18, 151–168. (<https://doi.org/10.1080/13527266.2010.490420>-)