

10 pasos para convertir un armario no sostenible en sostenible

La moda sostenible se fundamenta en la conservación de los recursos naturales, el bajo impacto ecológico de los materiales empleados y el respeto por las condiciones laborales de los trabajadores que han participado en su producción y venta. Poco a poco la moda sostenible está encontrando su espacio dentro de un universo empresarial inclinado a la sostenibilidad. Latitude, la marca de moda con ADN 100% sostenible ofrece las pautas para transformar gradualmente un viejo armario en algo mucho mejor

Analizar el armario: abrir el armario, separar lo que se necesite de lo que se tiene y conservar sólo lo que encaja en el estilo de cada uno. Los criterios para deshacerse de la ropa son: roto, manchado, no queda bien o no me lo he puesto en las últimas dos temporadas.

Clasificar las prendas: probablemente se tenga ropa que ya haya pasado su ciclo útil, si es así, pensar en arreglarla, donarla o reciclarla según su estado.

Swap Party: Con la ropa más valiosa o en muy buen estado se puede organizar una fiesta de intercambio. Es la manera más eco de deshacerse de lo que no se quiere y obtener prendas nuevas sin gastar ni un euro.

Menos es más: Si vamos a comprar, pensar antes qué se necesita para las actividades de nuestra vida y planificar sobre papel. Hacerse la siguiente pregunta: ¿Tengo cubiertas mis necesidades de ropa y calzado?.

No dejarse controlar: Vivimos en una sociedad en la que cada vez es más difícil pararse a pensar a la hora de comprar. Las decisiones cuanto más compulsivas son más fáciles de controlar. Establecer un presupuesto e invertir primero en necesidades; lo mejor es consultarlo con la almohada, como mínimo, una noche antes de realizar la compra.

Eligir con responsabilidad: procurar comprar prendas de la mejor calidad que nos podamos permitir, que no dañen la salud, ni el planeta, ni a las personas que las fabrican y si puede ser, básicas y atemporales. Dedicar tiempo a buscar marcas sostenibles según las necesidades y presupuesto de cada uno. En este sentido, Latitude ofrece ayuda en caso de no encontrarlas (escribiendo a info@wearelatitude.eu).

Leer las etiquetas: ser consciente de dónde se ha fabricado lo que vamos a comprar y de que además del PVP, cada prenda tiene un coste para el planeta y es probable que también un elevado coste para los trabajadores que lo producen y venden.

Reutilizar: La prenda más sostenible es la que ya existe, así que debemos procurar recuperar las que ya tenemos o intercambiar con familiares o amigos piezas que encajen con nosotros, visitar tiendas de segunda mano o vintage ¡Todos queremos tener prendas bellas por dentro y por fuera!

Detergentes sostenibles: cuidar la ropa y olvidarse de los suavizantes. Los detergentes convencionales contienen sustancias nocivas para la salud de las personas y de un planeta al que, día a día, se le agotan los recursos.

Somos lo que consumimos: Pensar que cada acto de consumo cuenta, que lo que se compra importa. Cada vez que compramos estamos decidiendo y apoyando con nuestro dinero y nuestro trabajo un sistema económico y social.

Latitude es una marca de moda con ADN 100% sostenible, producción en proximidad, estética atlántica y enfoque de nueva industria europea. Una marca para hombre y mujer, intergeneracional, basada en la ingeniería y el diseño industrial, inspirada en los principios de la Escuela Bauhaus. Una nueva forma de crear que no depende de las temporadas. 12 prendas de hombre y 12 prendas de mujer, 2 veces al año, iconos de una manera de componer un nuevo armario, pero sobre todo un nuevo espíritu. Latitude es compromiso y belleza, y nos conduce a una cultura nueva, al sabor y olor de una civilización más justa, donde inteligencia y buen gusto se unen para el cambio.

Latitude nació hace 3 años como herramienta para ayudar a las marcas de moda a producir de manera sostenible y reavivar el sector de la confección de Galicia. La expectación sobre Latitude comienza a crecer, así como la demanda sobre una colección propia que no existía. De ahí surge la idea de lanzar una marca propia como la manera más sencilla (y rentable) de transmitir el discurso que un público de todo el mundo solicitaba. La marca tendrá sus primeras piezas a modo de previo "coming soon" en noviembre de 2016, y su primera colección (24 modelos) para Primavera/ Verano 2017.

Más información en:

Facebook
Twitter
Instagram

Datos de contacto:

Globe Comunicación

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Moda](#) [Sociedad](#) [Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>