



Cáritas

Moda Re, la opción solidaria en el boom de la segunda mano



La ropa de segunda mano es tendencia en España. Por fin, nuestro país se suma a una forma de consumir moda muy habitual en Europa, aunque empujada –y esto es la mala noticia– por la crisis económica y la alta inflación.

Gema Martín Borrego. Cáritas Española

Pero no son los únicos factores del cambio:

Desde la pandemia ha aumentado el interés por otro modelo diferente al de ‘usar y tirar’. La gente se preocupa por otras cosas: por el medio ambiente, por el futuro, por las personas”, opina Cuca Hernanz, responsable del proyecto textil Moda re- en Cáritas Diocesana de Madrid.

Como resultado de esta tendencia, en los últimos años han proliferado las etiquetas de sostenible, ética, ecológica, responsable, etc., asociadas a firmas de moda –algunas, de lujo–, y a las plataformas de ropa de segunda mano, varias de ellas pertenecientes a gigantes del sector textil.

¿Qué diferencia a Moda re-, la iniciativa social de Cáritas dedicada a la gestión de ropa usada, de otras marcas y tiendas de segunda mano? “Nosotros somos una cooperativa de economía solidaria, sin ánimo de lucro, que crea empleo de inserción y que está enfocada a atender a personas usuarias de los servicios de Cáritas”, explica Cuca.

En efecto, una de las características diferenciales de las tiendas de Moda re- es su vocación de servicio a las personas en exclusión y su objetivo de dignificar el

tradicional reparto de ropa en las parroquias.

Con este sistema, las familias no reciben directamente la ropa que alguien ha seleccionado para ellas, sino una ayuda económica para comprar la que prefieran en una de las tiendas Moda re-, repartidas por toda la geografía española.



Foto de Raisa del Campo

136 puntos de venta

La ropa donada por los ciudadanos, y depositada en los contenedores de Cáritas (hay más de 7.157 en 1.200 municipios), se selecciona y trata en los almacenes y plantas de gestión, desde ahí, la de excelente calidad, va a los puntos de venta de Moda re-. En la actualidad, hay 136 puntos de venta en más de 90 municipios: 117 son tiendas y 19 son córneres en los hipermercados Alcampo". Se estima que, cada año, las personas con menos recursos adquieren en ellos unas 280.000 prendas.

Leocarís es una de estas personas. La conocimos en la tienda de Moda re- que Cáritas Madrid tiene en el barrio de Aluche (hay tres más en la capital, una en el municipio de Villalba, además de cinco córneres en Alcampo). Estaba comprando ropa para sus hijos

de 3 y 7 años. Ella y su familia habían llegado hacía un par de meses de Venezuela y apenas tenían ropa de abrigo. "En Cáritas me han dado un vale que puedo usar cuándo y cómo quiera [dispone de seis meses para gastarlo]. Ya he comprado unos abrigos y zapatos preciosos; elegí los que me gustaron. Las chicas de la tienda me tratan espectacular", contaba.

Milagros es la gerente de la tienda. Nos explica que, cada vez que entra una familia con un vale, para ella “es un regalo tener la oportunidad de atenderla con el mayor amor y primando su dignidad”. “Porque yo pasé por un bache, como ellos, y pude superarlo”, añade.

Ella misma fue usuaria de Cáritas y estuvo trabajando con un contrato de inserción en el primer establecimiento que Cáritas Madrid abrió en la capital. Allí adquirió competencias laborales y sociales que le han permitido dirigir esta tienda y a un equipo de cuatro personas, a las que también está formando. No hay que olvidar que la creación de empleo de inserción para personas en exclusión es otra de las patas de Moda re-. “De las 25 personas contratadas en el almacén y en las tiendas de Madrid, 18 tienen contratos de inserción”, cuenta Cuca.

Moda para todos

Moda re- es un proyecto abierto a todos, donde todo el mundo puede donar y comprar su ropa. Y, de hecho, cada vez se hace más. “Tenemos más clientes desde la pandemia. Nos ayuda mucho el ‘boca a boca’. La gente sale sensibilizada de las tiendas. Cuando les contamos nuestro proyecto, siempre vuelven”, añade Cuca. Según datos de Moda re-, las ventas en 2022 han registrado un incremento de más del 28% y, cada año, más de 80.000 personas compran ropa de segunda mano por primera vez.

En cuanto al perfil de edad, son cada vez más jóvenes. Ahora, uno de cada tres nuevos clientes de Moda re- es menor de 35 años, con crecimientos en sus consumos de más de un 20% en el último año.



Foto de Inma Cubillo

Para Rodrigo era su segunda vez en la tienda. Este estudiante de 19 años fue por



primera vez con su novia. Según nos contó, a ambos les gustaba mucho la ropa “diferente”, vintage, muy de moda entre la gente más joven. “También vengo por el precio. Soy estudiante y no tengo mucho presupuesto”, reconocía. El consumo responsable, y lo que eso supone para el cuidado del medio ambiente, es un plus para él.

“La combinación de estilo y sostenibilidad ofrece a los jóvenes una fórmula atractiva, a la que se suma el impacto social y solidario de esta opción de compra frente a otras”, explica Enrique Osorio, de Moda re-. “Por ejemplo, cada prenda que adquirimos puede ayudar a que 600 personas tengan una oportunidad de empleo de inserción”.

