**FARFETCH y Good On You lanzan Good Measures: innovador centro para ayudar a las marcas de moda a avanzar en sustentabilidad**

**Ciudad de México, julio de 2022.-** [**FARFETCH**](https://www.farfetch.com/mx/shopping/women/items.aspx) Limited (NYSE: FTCH), la mayor plataforma de *marketplace* para la industria de la moda de lujo, y Good On You, la reconocida organización que califica a las marcas del *fashion* en temas de sostenibilidad, anuncian el lanzamiento de [**Good Measures**](https://goodmeasures.goodonyou.eco/our-vision): el primer centro de sustentabilidad para ayudar a las marcas del sector a “hacer lo mejor para que los consumidores puedan comprar mejor”. La sostenibilidad es un reto para las firmas de cualquier tamaño, y esta nueva herramienta les facilitará cumplir sus objetivos en la materia.

El centro, disponible en línea, ofrece a las marcas una visión completa de su calificación actual en temas de sustentabilidad, y las orienta sobre aspectos a mejorar. Por ejemplo, hace sugerencias personalizadas de acciones clave para elevar su rendimiento sostenible, adaptadas a las características de cada empresa y su estado actual. Al ofrecer una combinación única de conocimientos educativos y estratégicos, Good Measures responde a la necesidad de las compañías de tener una solución única para aprender, priorizar acciones y progresar en su programa sustentable, obteniendo además beneficios comerciales.

Good Measures se basa en las calificaciones de marcas líderes del sector examinadas por Good On You, en las que confían millones de consumidores y minoristas de todo el mundo como referentes en sostenibilidad, gracias a su [sistema de calificación](https://goodonyou.eco/how-we-rate/) sobre impactos en las personas, el planeta y los animales, que es riguroso y transparente tras reunir más de 500 datos, como las normas y certificaciones independientes más creíbles, índices de terceros (incluidos el Índice de Transparencia de la Moda y los proyectos de Cambio Climático y Seguridad del Agua del CDP), así como los informes públicos de las firmas.

Con Good Measures, las marcas pueden profundizar en lo que está impulsando su calificación sobre los principales temas sustentables en la moda, recibir orientación sobre cómo progresar, y conectarse con organizaciones expertas que pueden ayudar. A través de esta nueva plataforma, las firmas pueden presentar información pública sobre su rendimiento para obtener una primera calificación o actualizar la anterior por parte de Good On You. Si es lo suficientemente alta, les permitirá formar parte de la [Colección Conscious](https://www.farfetch.com/mx/stories/women/positively-conscious.aspx) de FARFETCH y así tener mayor visibilidad. Según el informe [Conscious Luxury 2022](https://stories.farfetch.com/consciousluxurytrends2022/), el año pasado las ventas de estos productos crecieron 1.8 veces más rápido que la media del mercado.

La estrategia Positively FARFETCH establece el papel de FARFETCH como facilitador del cambio positivo en la industria. Uno de sus objetivos es que para el año 2030 el 100% de los ingresos obedezcan a la venta de productos conscientes. Para lograrlo, Good Measures está disponible de forma gratuita para todas las marcas socias de FARFETCH, apoyándolas en la comprensión y mejora de su rendimiento sostenible. El centro se abrirá públicamente a todo el sector de la moda a finales de este año. Las interesadas, pueden registrarse y solicitar detalles [aquí](https://goodmeasures.goodonyou.eco/register).

Al respecto, **Thomas Berry, Director Senior de Negocios Sostenibles de FARFETCH**, dijo: “*Uno de los objetivos de nuestra estrategia Positively FARFETCH es permitir a las marcas con las que trabajamos avanzar en materia de sostenibilidad, y ayudar a los clientes a tomar decisiones positivas. Nuestro reciente informe sobre tendencias del lujo consciente destaca el rápido aumento del interés de los consumidores por este tipo de productos, y Good Measures ayudará a las firmas socias a ser más sustentables y aprovechar esta demanda positiva del mercado*”.

Por su parte, **Sandra Capponi, cofundadora de Good On You**, comentó que “*tras haber calificado a miles de marcas de la moda por años, la organización entiende los numerosos retos a los que se enfrentan. Hemos diseñado Good Measures para que, sin importar que sean grandes o pequeñas, puedan gestionar y mejorar su impacto, y así llegar al creciente número de consumidores que se preocupan*”.

“*Good Measures no se trata de reinventar la rueda, sino de reunir a la industria de la moda para proporcionar una visión unificada y confiable del conocimiento de la sostenibilidad para las marcas. Al ayudarlas a ser más transparentes sobre su progreso, también estamos empoderando a los consumidores para que tomen mejores decisiones. Por eso nos hemos asociado con FARFETCH, porque compartimos esta visión de un futuro más sustentable*”; concluyó.

**Acerca de Farfetch**

Farfetch Limited es la plataforma global líder para la industria de la moda de lujo. Fundada en 2007 por José Neves por amor a la moda y lanzada en 2008, Farfetch comenzó como un mercado de comercio electrónico para boutiques de lujo en todo el mundo. En la actualidad, Farfetch Marketplace conecta a clientes en más de 190 países y territorios con artículos de más de 50 países y cerca de 1,400 de las mejores marcas, boutiques y grandes almacenes del mundo, brindando una experiencia de compra verdaderamente única y acceso a la más amplia selección de lujo en una sola plataforma. Los negocios adicionales de Farfetch incluyen Browns and Stadium Goods, que ofrecen productos de lujo a los consumidores, y New Guards Group, una plataforma para el desarrollo de marcas de moda globales. Farfetch ofrece su amplia gama de canales orientados al consumidor y soluciones de nivel empresarial a la industria del lujo bajo su iniciativa Luxury New Retail. La iniciativa Luxury New Retail también incluye Farfetch Platform Solutions, que brinda servicios a clientes empresariales con capacidades tecnológicas y de comercio electrónico, e innovaciones como Store of the Future, su solución minorista conectada.

Para mayor información por favor visite www.farfetch.com.