

### **3 tendencias que marcarán la industria de la moda y el lujo en 2025**

Ciudad de México, 26 de diciembre de 2024. – El mercado del lujo y la moda continúa evolucionando, impulsado por la sostenibilidad, la tecnología y nuevas formas de relacionarse con los consumidores.

De acuerdo con Luis Alejandro Morales Ortiz, Executive Director en ***another***, agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta de servicios en América Latina, varias tendencias transformarán esta industria en 2025 donde la inteligencia artificial también tendrá un toque personal en la moda y en el mercado de lujo en la región latinoamericana.

En este sentido, el experto comparte las tendencias que marcarán estos mercados que mueven las experiencias de los usuarios, donde el poder adquisitivo quedará en el pasado, pero la personalización domará las nuevas perspectivas de los consumidores.

#### **1. Re-commerce: el crecimiento del lujo de segunda mano**

El mercado de artículos de lujo de segunda mano está en auge. Según [Statista](#), en 2022 alcanzó un valor global de 7 mil millones de dólares, proyectándose a duplicarse hasta los [15.4 mil millones para 2028](#), con un crecimiento anual del 3%. En Norteamérica, esta práctica ha ganado mayor popularidad, con un mercado valorado en 1.8 mil millones de dólares.

Marcas de lujo han respondido eficazmente a este fenómeno. [A través algunas iniciativas](#) permiten a sus clientes intercambiar bolsos usados para ser reciclados o reinventados, reafirmando su compromiso con la sostenibilidad. Morales Ortiz señala que el *re-commerce* responde a las expectativas de un consumidor más consciente, y accede a las marcas a redefinir el ciclo de vida de sus productos.

#### **2. IA y el metaverso: una nueva era del lujo personalizado**

La inteligencia artificial (IA) y el metaverso están revolucionando la experiencia del cliente en el sector de lujo. Ejemplos como la impresora de labiales de ciertas marcas de lujo han provocado el personalizar productos de forma instantánea, o [la comunidad de moda virtual de marcas de lujo y de ropa en el metaverso](#), demuestran cómo las marcas están innovando en sus formas de interacción.

En 2025, la IA se consolidará como un elemento esencial en el lujo, facilitando experiencias altamente personalizadas. Estas tecnologías permitirán desde análisis predictivos hasta compras en vivo, enriqueciendo la experiencia del cliente y consolidando su lealtad. Morales Ortiz explica que el lujo está evolucionando de ser exclusivamente aspiracional a convertirse en un concepto inclusivo y tecnológicamente sofisticado, que busca ofrecer interacciones significativas con las marcas.

#### **3. Sostenibilidad como elemento diferenciador**

La sostenibilidad ha pasado de ser un valor agregado a una expectativa fundamental en el sector lujo. En 2025, triunfarán aquellas marcas que integren prácticas sostenibles en su esencia y las comuniquen con autenticidad y transparencia.

Desde destacar iniciativas ecológicas en plataformas digitales hasta ofrecer experiencias personalizadas como "estancias verdes", la sostenibilidad será determinante para conectar con consumidores exigentes. Morales Ortiz destaca que la sostenibilidad ha dejado de ser una estrategia aislada y se ha convertido en un compromiso esencial para que las marcas mantengan su relevancia en un mercado donde los valores éticos son tan importantes como la calidad del producto.

-o0o-