

Sostenibilidad y circularidad en la cadena de valor de la industria textil

UNA HOJA DE RUTA MUNDIAL

RESUMEN

El sector textil desempeña una función clave en el impulso de la industrialización, el comercio, el desarrollo y el valor social. Al poner en contacto a productores, minoristas y consumidores de todo el mundo, desarrolla rápidamente cadenas de valor regionales y mundiales. También es un sector que se esfuerza por encontrar una solución a su contribución a la triple crisis planetaria relacionada con el cambio climático, la pérdida de naturaleza y la contaminación. En todo el año, el sector textil emite entre el 2 % y el 8 % de los gases de efecto invernadero del mundo, utiliza un volumen de recursos de agua natural equivalente a 86 millones de piscinas olímpicas y es responsable del 9 % de la contaminación por microplásticos de nuestros océanos. Además, la cadena de valor tiene profundas repercusiones sociales, ya que los trabajadores del sector textil corren el riesgo de ser explotados, mal pagados, sometidos a trabajos forzados y expuestos a riesgos sanitarios y a abusos. Las mujeres son especialmente vulnerables, ya que representan un promedio del 68 % de la mano de obra del sector de la confección y del 45 % de la mano de obra del sector textil en general.

Transformar la cadena de valor de la industria textil para que sea sostenible y circular nos permitirá hacer frente a esos efectos ambientales y sociales, al tiempo que apoyamos a las personas, la prosperidad y la equidad. Sin embargo, ningún grupo de actores puede alcanzar por sí solo esta escala de transformación del sector, sino que es preciso que todas las partes interesadas utilicen sus recursos y esfuerzos para trabajar de consuno en pro de un objetivo común.

Con el fin de priorizar las acciones eficaces para todas las partes interesadas y fomentar el compromiso colectivo, en el presente informe se aplicó un enfoque sistémico de la cadena de valor. Sobre la base de investigaciones y consultas con más de 140 partes interesadas en la cadena de valor de la industria textil, en el informe se define una agenda común de transformación para alcanzar la sostenibilidad y la circularidad.



LAS TRES PRIORIDADES PARA LOGRAR EL CAMBIO DEL SISTEMA SON LA MODIFICACIÓN DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO, LA MEJORA DE LAS PRÁCTICAS Y LA INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA

Figura 1: tres prioridades para lograr el cambio del sistema en la cadena de valor

Estas prioridades están conectadas entre sí y requieren un enfoque coordinado por parte de todos los actores de la cadena de valor. Por ejemplo, centrarse en la modificación de los hábitos de consumo —cómo se diseñan los productos, qué tipo de modelos de negocio se ofrecen a los consumidores y cómo se fijan las aspiraciones— podría reducir radicalmente la presión sobre el sistema de producción (por ejemplo, reduciendo la necesidad de materias primas al ampliar la fase de utilización de los productos).

Varias iniciativas han establecido objetivos ambiciosos para pasar a una cadena de valor sostenible y circular de la industria textil, aunque los avances en su cumplimiento suelen ser lentos debido a la magnitud del desafío, la complejidad de la cadena de valor, la falta de una política para todo el sistema, los obstáculos técnicos y financieros y la fragmentación de las partes interesadas más allá de un pequeño número de marcas multinacionales preocupadas por la sostenibilidad.

OBJETIVOS GENERALES DE LA INDUSTRIA:

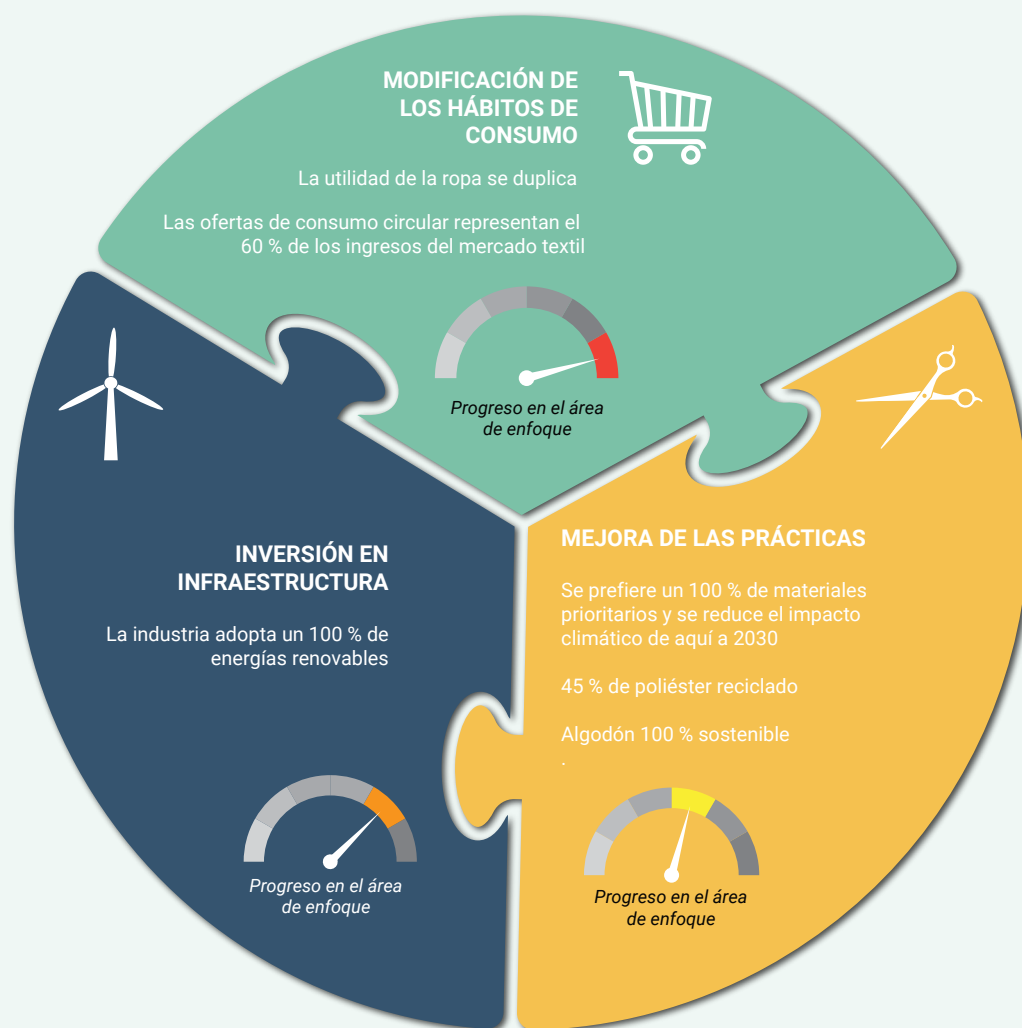
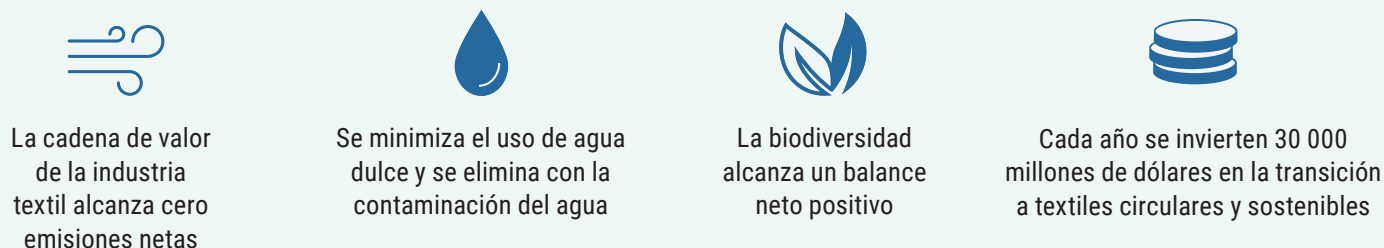


Figura 2: objetivos sectoriales cuantificados para una cadena de valor sostenible y circular

Dentro de las tres prioridades, la hoja de ruta propone nueve “elementos constitutivos” que configuran una cadena de valor sostenible y circular de la industria textil. Los elementos constitutivos tienen en cuenta las causas principales del impacto ambiental o socioeconómico (“focos de tensión”) dentro de la cadena de valor, apoyan la consecución de los objetivos sectoriales existentes y requieren la acción conjunta de múltiples partes interesadas. En el informe se indican las acciones prioritarias que cada grupo de partes interesadas puede llevar a cabo para lograr resultados en relación con los elementos constitutivos.

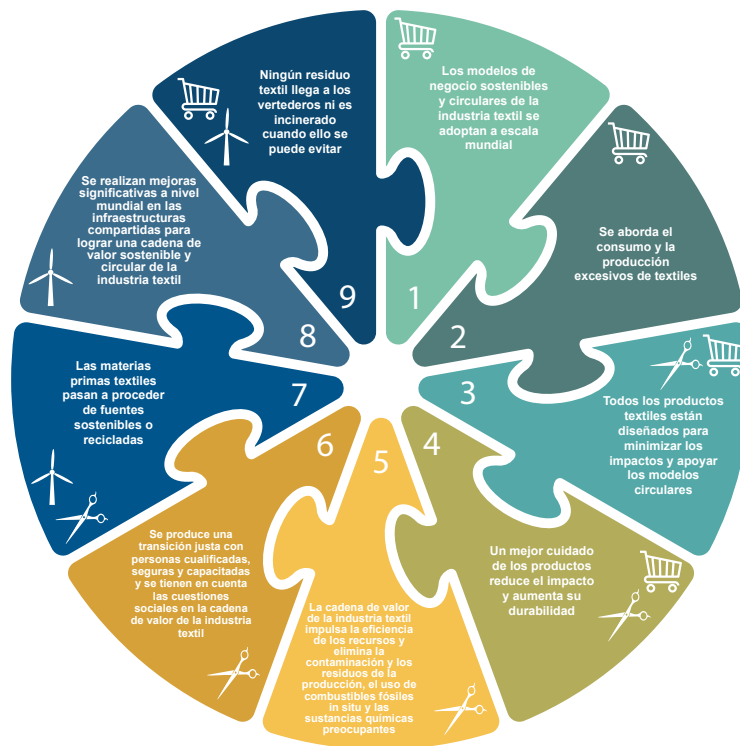











Figura 3: los nueve elementos constitutivos necesarios para cumplir las tres prioridades

Modificación de los hábitos de consumo	1 	Los modelos de negocio sostenibles y circulares de la industria textil se adoptan a escala mundial. Para ello es necesario un cambio significativo en la percepción de lo que los consumidores, las marcas y los minoristas entienden por “valor”. Hay que centrarse en que los ingresos empresariales y del mercado pasen de modelos lineales a modelos circulares que han demostrado una reducción del impacto en el ciclo de vida, o centrarse en la venta de experiencias u otros bienes inmateriales en lugar de productos físicos.
	2 	Se aborda el consumo y la producción excesivos de textiles. Es preciso reducir considerablemente el consumo innecesario, sobre todo en los países desarrollados. Esto puede lograrse mediante una combinación de mayor utilidad de la ropa (cuánto tiempo se utiliza un producto) y el cambio de las normas y aspiraciones de los consumidores, orientándolos hacia un menor consumo a través del compromiso con los aspectos sociales y emocionales del comportamiento. Reducir la producción excesiva será importante para las marcas y los minoristas, y puede lograrse mejorando la gestión de las existencias y de la demanda, así como explorando nuevos modelos como la producción por encargo.
Modificación de los hábitos de consumo + Mejora de las prácticas	3 	Todos los productos textiles están diseñados para minimizar los impactos y apoyar los modelos circulares. El diseño debe hacerse con conocimiento de causa y ser intencionado. La mejora de los datos y de los circuitos de retroalimentación será fundamental para tener en cuenta los efectos en cadena que provoca el diseño en cada fase de producción, utilización y fin de uso. Los productos deberían diseñarse teniendo en cuenta el modelo de negocio circular pertinente (por ejemplo, la durabilidad para el alquiler) y partiendo de la base de que serán una aportación al reciclaje de circuito cerrado.
	4 	Un mejor cuidado de los productos reduce el impacto y aumenta su durabilidad. La fase de “uso” de los productos textiles por parte de los consumidores tiene repercusiones químicas, energéticas e hídricas, además de plantear problemas relacionados con las microfibras y la durabilidad de los productos. Sin embargo, la mayoría de las marcas textiles no incluyen la fase de uso por parte del consumidor en sus evaluaciones de impacto y no hay grandes iniciativas que se ocupen de esta fase. Se necesitan, en especial, más datos sobre el impacto y el comportamiento en el cuidado de los productos, teniendo en cuenta además que los consumidores son diversos y globales.
Mejora de las prácticas	5 	La cadena de valor de la industria textil impulsa la eficiencia de los recursos y elimina la contaminación y los residuos de la producción, el uso de combustibles fósiles in situ y las sustancias químicas preocupantes. Los centros de producción textil —especialmente los de procesado húmedo— necesitan grandes ayudas e inversiones para reemplazar la maquinaria y aplicar métodos de producción circular. Esto es especialmente importante para los centros situados más allá de los niveles 1 y 2 de las grandes marcas multinacionales o para los países de producción que no aplican políticas estrictas de producción más limpia.
	6 	Se produce una transición justa con personas cualificadas, seguras y capacitadas y se tienen en cuenta las cuestiones sociales en la cadena de valor de la industria textil. Esto incluye la colaboración con los países menos desarrollados y las comunidades anteriormente marginadas, en particular —aunque no exclusivamente— las mujeres, los jóvenes, los pueblos indígenas y tribales y las personas con discapacidad, lo que contribuirá a evitar importantes contrapartidas y consecuencias negativas.
Mejora de las prácticas + Inversión en infraestructura	7 	Las materias primas textiles pasan a proceder de fuentes sostenibles o recicladas. Es necesario ampliar rápidamente las prácticas nuevas y más sostenibles de producción y cultivo de materias primas vírgenes y generalizar el reciclaje “fibra a fibra” mediante la mejora de las prácticas y la inversión en sistemas e infraestructuras de gestión de residuos.
Inversión en infraestructura	8 	Se realizan mejoras significativas a nivel mundial en las infraestructuras compartidas para lograr una cadena de valor sostenible y circular de la industria textil. Esto incluye las energías renovables, la gestión de residuos y el tratamiento de aguas, ya que la inversión en infraestructuras compartidas es esencial para aprovechar el potencial que tienen los distintos agentes para realizar cambios en sus propios sistemas.
Inversión en infraestructura + Modificación de los hábitos de consumos	9 	Ningún residuo textil llega a los vertederos ni es incinerado cuando ello se puede evitar. Para evitar la necesidad de los vertederos y la incineración es necesario cambiar el comportamiento de los consumidores y la dinámica mundial, por ejemplo, mediante soluciones circulares que reduzcan la producción de residuos. Se necesitan soluciones para evitar trasladar la responsabilidad de la eliminación de residuos, como el comercio de textiles usados a lugares que no pueden utilizarlos y faltan de infraestructuras para procesar adecuadamente los residuos textiles.

¿QUÉ PUEDE HACER CADA PARTE INTERESADA?

Muchas partes interesadas dependen de otras para crear las condiciones propicias para la acción, y ningún grupo de partes interesadas tiene por sí solo la clave para lograr una cadena de valor sostenible y circular de la industria textil. Por consiguiente, una de las acciones más importantes que pueden realizar las partes interesadas es sumarse al diálogo y las actividades colectivas.

Sin embargo, cada parte interesada tiene también una función que desempeñar dentro de su propia esfera de influencia. Junto a las oportunidades de acción colectiva, en el presente informe se destacan algunas oportunidades individuales para una serie de partes interesadas, indicando las siguientes prioridades para cada una de ellas:



Marcas y minoristas

- Crear ingresos de forma más sostenible y desmaterializar el valor empresarial mediante nuevos modelos de negocio.
- Prevenir los problemas en la fase de diseño en lugar de intentar resolverlos más tarde, mediante un diseño de bajo impacto y la circularidad.
- Introducir mejoras empresariales decisivas basadas en datos científicos para reducir el impacto ambiental y social.



Encargados de la formulación de políticas

- Aumentar las ambiciones y aplicar nuevos instrumentos normativos sostenibles y circulares.
- Invertir en la transformación y adecuar los flujos de financiación a las intenciones.
- Pensar de forma holística en el impacto de las políticas, realizar amplias consultas sobre su diseño y aplicación y coordinar a las principales partes interesadas para establecer una política de sostenibilidad ambiciosa y eficaz.



Productores y fabricantes de materias primas

- Determinar y aplicar las mejores prácticas técnicas en los centros de producción y dar prioridad a las mejoras y la innovación in situ para reducir el impacto ambiental.
- Proteger y capacitar a los trabajadores, así como invertir en ellos, y trabajar juntos para superar los obstáculos comunes.
- Aprovechar las oportunidades simbióticas e impulsar el cambio del sistema.



Instituciones financieras

- Comprender y abordar las necesidades reales de inversión de las diversas partes interesadas en la transición hacia sectores textiles sostenibles y circulares e intentar superar los obstáculos sistémicos a la financiación.
- Crear capacidad interna, comprender los pormenores y planificar la transición.
- Impulsar una innovación real en las soluciones, los procesos y las métricas, crear productos financieros innovadores y



Innovadores y recicladores

- Proporcionar las soluciones e innovaciones para el cambio y crear nuevas ofertas y tecnologías circulares.
- Crear soluciones accesibles y ampliables y garantizar que se adaptan a múltiples tipos de usuarios y contextos.
- Ser realistas y decididos a la hora de ampliar el cambio en un sistema difícil, en particular planificar teniendo en cuenta las realidades del mercado.



Agentes de comunicación y de participación de los consumidores

- Convertir el cambio de comportamiento en una aspiración y reformular el discurso.
- Comprender las complejidades del "consumidor" en lugar de dar por sentado que todos los consumidores son iguales.
- Alejar al mayor número posible de personas de la mentalidad del consumo como norma.



Organizaciones no gubernamentales, representativas y técnicas

- preconiser et favoriser une action rapide de la part du secteur Defender and apoyar una actuación rápida de la industria y los responsables de formular políticas e impulsar la ambición y las mejoras.
- Proporcionar mecanismos, recomendaciones y datos creíbles para el establecimiento de prioridades y la rendición de cuentas.
- Intentar solucionar los obstáculos a nivel del sistema mediante la colaboración de las partes interesadas.



Y A PARTIR DE AHORA, ¿QUÉ?

La aplicación de las prioridades definidas en esta hoja de ruta mundial exigirá un grado sin precedentes de coordinación, inversión, regulación y adaptación de los modelos empresariales, pero también creará nuevas oportunidades para todos. Todos los actores de la cadena de valor deben formar parte de la solución a fin de elaborar y perpetuar un nuevo modelo para el sector textil, basado en la ciencia y en consonancia con el principio de circularidad.

Si bien se reconoce que muchas organizaciones e iniciativas ya trabajan en el plano mundial para ayudar al sector en la transición hacia prácticas más sostenibles, la circularidad y las innovaciones en las fases iniciales siguen planteando un problema. Surge la necesidad de **integrar el principio de circularidad como parte de los objetivos ambiciosos del sector y fomentar la coordinación, mejorando la cohesión en la ejecución de las iniciativas existentes**, garantizando que todos los esfuerzos vayan en la misma dirección para lograr un impacto mayor, más armonizado y cuantificado.

El presente informe sustenta la iniciativa emblemática del PNUMA sobre la industria textil y la sustentará.

Junto con sus asociados, el PNUMA trabajará para hacer avanzar las principales recomendaciones, aprovechando sobre todo su posición para fomentar la coordinación en toda la cadena de valor de la industria textil con miras a lograr la circularidad.