



Foro Social Industria de la Moda

*MODA, SOSTENIBILIDAD Y
CAMBIO CLIMÁTICO*

JULIO 2021

ÍNDICE

ALIANZA DE NACIONES UNIDAS PARA LA MODA SOSTENIBLE	3
LA ALIANZA DE NACIONES UNIDAS PARA LA MODA SOSTENIBLE	4
LÍNEAS DE TRABAJO DE LA ALIANZA	6
COLABORACIÓN UN-CEFACT	6
RECOMENDACIONES	7
MITIGACIÓN, ADAPTACIÓN Y COMPENSACION AL CAMBIO CLIMATICO EN LA INDUSTRIA DE LA MODA	9
SOSTENIBILIDAD TEXTIL: AGENDA UE	9
FASHION PACT	11
REDUCCIÓN DE EMISIONES EN EL SECTOR TEXTIL: NEUTRALIDAD CLIMÁTICA	12
ESTRATEGIA INDUSTRIAL DE LA UE: DIGITALIZACIÓN Y TRANSICIÓN ECOLÓGICA	14
LA REGULACIÓN EMPODERA AL CONSUMIDOR	17
RECOMENDACIONES	18
CONSUMO RESPONSABLE, SOSTENIBLE Y CONSCIENTE PARA LA SOSTENIBILIDAD DEL MODELO DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO	20
PRINCIPIOS PARA FACILITAR UN CONSUMO RESPONSABLE Y CONSCIENTE	23
EL ETIQUETADO COMO FUENTE DE INFORMACIÓN	24
ECONOMÍA CIRCULAR Y ENFOQUE DE CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	27
NUEVAS FÓRMULAS DE CONSUMO	28
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO BASE PARA UN MODELO DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO CONSCIENTE	29
RECOMENDACIONES	30
ECONOMÍA CIRCULAR Y PACTO VERDE EUROPEO	32
CONTEXTO NORMATIVO EUROPEO Y NACIONAL	33
PACTO VERDE EUROPEO	35
PLAN DE ACCIÓN PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR DE LA COMISIÓN EUROPEA	36
PROPUESTA DE SOLUCIONES	39
PRINCIPALES RETOS PARA LOGRAR LA CIRCULARIDAD DEL SECTOR TEXTIL	40
RECOMENDACIONES	41

ALIANZA DE NACIONES UNIDAS PARA LA MODA SOSTENIBLE

En la actualidad, el estado de emergencia climática, además de sanitaria, provocada por la COVID-19, la creciente preocupación por el cambio climático y el medio ambiente, coincidiendo con la obligación en los últimos años por parte de las empresas de contemplar y asegurar el cumplimiento de las cuestiones relativas a los derechos humanos, incorporando el término de Diligencia Debida, concepto fundamental de los Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos, para evitar riesgos reales y éticos a través de la gestión responsable de las empresas, ha llevado a la necesidad de producir cambios también en el sector textil.

Como ya se sabe, el sector textil es uno de los grandes contribuyentes al deterioro del entorno, siendo algunos de los principales impactos ambientales¹: el 8-10 % de las emisiones de gases de efecto invernadero en todo el mundo, contaminación del 20 % de las aguas residuales industriales debido a los productos químicos y acabados, además del elevado consumo de agua y energía y la pérdida de 500 mil millones de dólares debido al sistema actual de gestión de residuos textiles. También hay que añadir que el impacto social de este sector es importante ya que contribuye en 2,4 billones de dólares a la fabricación global y emplea a 86 millones de personas en todo el mundo, principalmente mujeres, sector de población laboral vulnerable, en muchas ocasiones.

Sin embargo, se puede decir que el consumidor también ha evolucionado con los años y empieza a interesarse por la composición de las prendas/piezas que viste, el origen de la materia prima y el proceso de fabricación para saber si el producto es respetuoso con el entorno y con las personas que lo han elaborado, donde las etiquetas y certificaciones van adquiriendo mayor reputación. Estamos ante un modelo de consumo consciente².

En este contexto, se requieren economías más sostenibles y más resilientes frente a los problemas globales, **donde es fundamental crear cadenas de valor sostenibles.**

La previsión es que el modelo de negocio de la moda experimentará cambios: producción más cercana, suministros más flexibles, colecciones más cortas, más básicas y duraderas, probablemente menos sujetas a las temporadas, primando la calidad frente a la cantidad, en definitiva, asumiendo los principios de la Moda Sostenible, pues resulta patente que otro modo de contemplar el sector textil ya no es viable.

Ya se han puesto en marcha numerosas políticas para lograr economías más sostenibles que, a su vez, se desarrollarán en el marco de la Agenda 2020 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Y la Moda Sostenible, a través de la ecoinnovación, la investigación y la participación de todos los grupos de interés, puede convertirse en uno de los motores de la sostenibilidad.

¹ <https://unfashionalliance.org/>

² <https://join.clickoala.com/consumo-consciente-ejemplos/>

Estudio "El consumo sostenible y los productos certificados 2021" de Clickoala

LA ALIANZA DE NACIONES UNIDAS PARA LA MODA SOSTENIBLE

La **Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible** fue establecida en la Asamblea de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente celebrada en **Nairobi, 14 de marzo de 2019**, para apoyar la coordinación entre Agencias de la ONU, promoviendo proyectos y políticas que aseguren que la **cadena de valor de la moda** contribuya al logro de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

Los **principios básicos** de la Alianza son:

- La moda incluye **ropa, cuero y calzado**, hechos de textiles y productos relacionados.
- El alcance del trabajo: desde la producción de materias primas y la fabricación de prendas/piezas, accesorios y calzado, hasta su distribución, consumo y disposición.
- La sostenibilidad incluye cuestiones **sociales**, como mejoras en las condiciones laborales y la remuneración de los trabajadores, así como **ambientales**, tales como la reducción del flujo de residuos de todo el sector y la disminución de la contaminación del agua y las contribuciones a las emisiones de gases de efecto invernadero.

A través de la Alianza, la ONU se compromete a cambiar el rumbo de la moda, reduciendo sus impactos ambientales y sociales negativos; y convertir la moda en un motor de la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Los **objetivos** principales de la Alianza son:

- **Promoción de la colaboración activa:** eventos de divulgación, investigación y nuevas pautas.
- **El intercambio de conocimientos:** plataforma de conocimiento sobre las mejores prácticas, datos y actividades de los miembros, **fomentando la transparencia.**
- **Fortalecimiento de sinergias:** armonizar y fortalecer las sinergias entre las iniciativas existentes.
- **Difusión y promoción:** con **una voz única de Naciones Unidas**, dirigida al sector privado, los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales y otras partes interesadas.

Los **miembros** de la Alianza son:

Connect4Climate - Grupo del Banco Mundial, Organización Internacional del Trabajo (**OIT**), Iniciativa de moda ética del ITC (**EFI**), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (**PNUD**), Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (**UNECE**) ONU Medio Ambiente, **Pacto Mundial de la ONU**, Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (**CMNUCC**) y Oficina de Asociaciones de las Naciones Unidas.

Todos los miembros contribuyen a esta iniciativa de Moda más Sostenible y para ello desarrollan diversas líneas de acción y diferentes proyectos.³

³ Para obtener más información consultar:
[Connect4Climate - Grupo del Banco Mundial](#)
[Organización Internacional del Trabajo \(OIT\)](#)
[Iniciativa de moda ética del ITC \(EFI\)](#)



UN ALLIANCE FOR SUSTAINABLE FASHION

LÍNEAS DE TRABAJO DE LA ALIANZA

Son muchas las instituciones e iniciativas que se han puesto en marcha para dar respuesta a los objetivos del Pacto Verde Europeo y las diferentes Estrategias que lo desarrollarán.

En la actualidad, la Secretaría de Naciones Unidas en Ginebra está elaborando el mapeo de las actividades de los miembros de la Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible.

Por su parte, el **Centro para la Facilitación del Comercio y el Negocio Electrónico (UN-CEFACT)**, en colaboración con International Trade Centre (ITC) y con el apoyo de la Comisión Europea, están elaborando una serie de recomendaciones y medidas encaminadas a la trazabilidad y sostenibilidad en la ropa y calzado.

COLABORACIÓN UN-CEFACT

La industria de la confección y el calzado es una de las más contaminantes, responsable de más de 1,7 millones de toneladas de emisiones de CO₂ al año y 90 millones de toneladas de residuos al año. Sólo el 13% de la ropa se recicla después de su uso y se destina, principalmente, a usos de menor valor, mientras que sólo el 1% se recicla en un circuito cerrado para crear nuevas prendas/piezas. Por no hablar de los impactos en la salud, ya que algunas enfermedades dermatológicas pueden ser causadas por las sustancias químicas de la ropa y el calzado que usamos.

Con las actuales trayectorias de producción y consumo estas presiones se intensificarán de aquí a 2030.

Las cadenas de valor globales y complejas, con instalaciones de producción dispersas por todo el mundo y prácticas generalizadas de subcontratación ilegítima y trabajo informal no declarado, hacen que sea muy difícil obtener información precisa sobre cómo y dónde se producen estos impactos. Para aumentar la capacidad del sector de gestionar su cadena de valor de forma más

[Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo \(PNUD\)](#)

[Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa \(UNECE\)](#)

[ONU Medio Ambiente](#)

[Pacto Mundial de la ONU](#)

[Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático \(CMNUCC\)](#)

[Oficina de Asociaciones de las Naciones Unidas](#)

sostenible, tanto los consumidores como las empresas deben conocer primero la naturaleza y la magnitud de estos riesgos.

Por ello, mejorar la trazabilidad y la transparencia de las cadenas de valor se ha convertido en una prioridad.

“Call to Action” para la trazabilidad, la transparencia, la sostenibilidad y la circularidad de las cadenas de valor en el sector de la confección y el calzado. ⁴

En el marco de la 27ª Sesión de la UN-CEFACT celebrada los días 19 y 20 de abril de 2021, se ha propuesto el asunto "Promover la economía circular y el uso sostenible de los recursos naturales en la región de UNECE".

Para ello, se ha promovido un "Llamamiento a la Acción" que invita a todos los actores de la industria de la confección y el calzado a tomar medidas para la trazabilidad y la transparencia con el fin de acelerar la sostenibilidad y la circularidad de las cadenas de valor en este sector, en línea con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

El compromiso de acción requiere la aplicación de las siguientes medidas:

- Desarrollo y aplicación de **políticas, normas y estándares que apoyen la trazabilidad y la transparencia** a lo largo de toda la cadena de valor.
- Aplicación de **sistemas o instrumentos de gestión empresarial para trazabilidad y transparencia.**
- Establecimiento de **incentivos fiscales y económicos** de apoyo.
- Apoyo a la **investigación y el desarrollo** y a la ampliación de soluciones innovadoras.
- Aplicación de **medidas de sensibilización y educación.**
- Establecimiento de la participación en **iniciativas de colaboración** de múltiples partes interesadas.

Con el fin de supervisar el progreso y el impacto y facilitar el intercambio de experiencias, los actores del sector deben informar, a través de los países y organizaciones, sobre la aplicación de sus compromisos a la Secretaría de la UNECE/CEFACT a partir de 2022 y, posteriormente, cada dos años.

RECOMENDACIONES

En este contexto, consideramos de interés para el Foro de la Industria de la Moda de España, incidir en las siguientes recomendaciones⁵ que ya están sobre la mesa política:

⁴ “Call to Action for Traceability, Transparency, Sustainability and Circularity of Value Chains in the Garment and Footwear Sector”. ECE/TRADE/C/CEFACT/2020/6/Rev.1

⁵ Recommendation No. 46: Enhancing Traceability and Transparency of Sustainable Value Chains in the Garment and Footwear Sector. ECE/TRADE/C/CEFACT/2021/10

- ✓ Establecer un marco de **acciones políticas, normas y estándares para la aplicación de la trazabilidad y transparencia en sostenibilidad** (fomentar conducta empresarial responsable, informes no financieros...), y así desarrollar estrategias ecoinnovadoras por el sector privado y las compras públicas.
- ✓ Definir el **mapeo** científico y la comprensión de los puntos críticos en las cadenas de valor de productos textiles, desde el abastecimiento de materias primas hasta las actividades de consumo y post-consumo. Esto es, identificar y rastrear los proveedores de la cadena de valor para lo que es necesaria la colaboración de todos los socios del sector.
- ✓ Incrementar el **compromiso** de las grandes empresas del sector textil **a lo largo de sus cadenas de suministro**.
- ✓ Facilitar el establecimiento de **mecanismos financieros** para apoyar a las PYMEs y empresas proveedoras en el cambio hacia la sostenibilidad en la cadena de valor.
- ✓ Promover la **investigación y desarrollo** para lograr soluciones innovadoras para avanzar en la sostenibilidad en el sector textil (circularidad de los procesos, análisis de vida útil de los productos, nuevos materiales más sostenibles, gestión responsable de residuos).
- ✓ Impulsar la **sensibilización y educación de los consumidores** para favorecer la compra responsable, como valor compartido con las empresas promotoras (nuevos modelos de marketing más eficaz y mejora de información). En esto, las **etiquetas ecológicas, las normas voluntarias y otras declaraciones**, ayudan a que los consumidores tomen sus decisiones.
- ✓ Estimular las iniciativas de **colaboración público-privada** para el cambio del sector hacia la sostenibilidad en todos sus aspectos.
- ✓ Hacer que el **cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible** se tenga presente de forma transversal **en todo el sector textil**.

Para que estos sistemas de trazabilidad sean inclusivos hay que tener en cuenta los siguientes aspectos para la aplicación de las medidas ya relacionadas:

- ✓ Acceso a la digitalización.
- ✓ Asuntos de género.
- ✓ El papel de las PYMEs.
- ✓ La participación de los trabajadores/as y las organizaciones sindicales.
- ✓ La integración de los países en desarrollo.
- ✓ Será necesario hacer seguimiento de la aplicación de las medidas y la comunicación de los avances y resultados.

MITIGACIÓN, ADAPTACIÓN Y COMPENSACION AL CAMBIO CLIMATICO EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

El mundo está inmerso en un conjunto de emergencias (COVID-19, cambio climático, agotamiento de recursos fósiles, disputas por la hegemonía mundial, crisis económica, pérdida de biodiversidad) que están convulsionando la práctica totalidad de las estructuras políticas y sociales. El conjunto de estas emergencias que discurren paralelas y se entrecruzan, **tiene en el medio ambiente el punto de origen y encuentro. También su solución.**

La pandemia vino a poner al descubierto las debilidades intrínsecas de la economía española y, más específicamente, de su parte industrial, subsidiario de multinacionales, que vive en reconversión permanente y que, en algunos sectores, ha supuesto casos de **desindustrialización y deslocalización**. También es preocupante el hecho de que en los momentos más críticos de la pandemia (marzo 2020) tuvieron lugar casos puntuales de desabastecimiento de componentes necesarios o sustancias básicas, viéndose así en el deber de acudir a mercados internacionales, también próximos al colapso interno.

SOSTENIBILIDAD TEXTIL: AGENDA UE

La **mitigación y adaptación al cambio climático** va a suponer, tanto a corto como a largo plazo, una serie de cambios, que pueden ser tanto un riesgo como una oportunidad para la actividad industrial. Algunos de éstos son:

- **Cambio en la cesta de fuentes de energía primaria** hacia otras con menor intensidad de carbono, en paralelo a la menor disponibilidad de combustibles fósiles.
- **Cambio en el uso final de la energía.**
- **Cambios regulatorios** que afecten a las operaciones y/o futuras inversiones para mitigar, adaptarse o compensar el cambio climático. Bien sean de carácter ambiental, fiscal, etc.
- Adopción ineficiente o tardía de nuevas prácticas, procesos o tecnologías novedosas.
- Cambios que promuevan la **eficiencia en la utilización de los recursos naturales**, incluyendo la reducción, reutilización y reciclado, tales como los derivados del análisis del ciclo de vida de los productos y servicios, de la implantación de modelos de economía circular, etc.
- **Deterioro de la reputación de la industria/actividad** como consecuencia de una desaprobación social ante determinadas prácticas.
- **Estrés hídrico y fenómenos meteorológicos extremos.**

El Pacto Verde Europeo, el Plan de Acción de Economía Circular y la Estrategia Industrial Europea, identifican el **sector textil** como uno de los sectores prioritarios al ser una industria intensiva en recursos con importantes impactos climáticos y ambientales. En relación con el **uso de materias**

primas y agua es la cuarta industria europea más significativa, detrás de la industria alimentaria, la vivienda y el transporte, y ocupa la quinta posición respecto a la emisión de gases de efecto invernadero.

Al tener cadenas de valor largas, globalizadas y complejas el escenario se vuelve complicado en cuanto a **costes de producción, normas medioambientales y sociales vigentes**. La complejidad de la cadena de valor y del volumen de operaciones, dispersión geográfica y número de intervinientes hace que la dificultad a la hora de medir el impacto de la industria y avanzar hacia actividades sostenibles de impacto positivo sea mayor.

El sector textil europeo también adolece de brechas de habilidades, escasez y desajustes debido a la rapidez con la que se están produciendo los cambios tecnológicos. Cambios que, además, requieren una readaptación continua de la fuerza laboral internacional.

La UE está elaborando una hoja de ruta a nivel sectorial con el objetivo de impulsar la sostenibilidad del sector y afrontar los retos provocados por la crisis de la COVID-19 apuntando a una **respuesta coordinada y armonizada a nivel europeo** para abordar las deficiencias estructurales con relación a la **recogida, clasificación y el reciclaje de los residuos textiles**, tanto desde el punto de la industria como de las Administraciones Públicas⁶.

El nuevo **Plan de Acción para la Economía Circular y la Estrategia de la UE para el sector textil de la Comisión Europea** brindan una buena oportunidad para que la UE fortalezca su base industrial y asuma el liderazgo mundial en economía circular. La construcción de un modelo de economía circular reducirá la dependencia de la UE de las materias primas y los recursos, mejorará su rentabilidad y competitividad y creará oportunidades de empleo en la fase de recuperación económica. Para seguir siendo competitivos y transitar hacia una producción circular de textiles, éstos no pueden ni deben limitarse a la UE. **Apoyamos el objetivo de hacer de Europa un líder en textiles sostenibles.**

Para impulsar el mercado de textiles sostenibles y circulares, en la hoja de ruta se abre la posibilidad de establecer objetivos concretos para incrementar los esfuerzos en materia de **reutilización y reciclaje**. Asimismo, se prevé que contenga **acciones transversales** a lo largo de toda la cadena de valor para adaptar el sector textil a la economía circular, teniendo en cuenta las debilidades del sector, el respeto al estilo de vida sostenible, el uso de sustancias preocupantes, la mejora en la recogida y las tasas de reciclaje.

A nivel europeo se promoverán, también, iniciativas de carácter voluntario, como proporcionar información a los consumidores sobre los impactos ambientales de los productos y mecanismos para maximizar las sinergias.

Se abordará el papel de la **responsabilidad ampliada del productor** como mecanismo para avanzar hacia la sostenibilidad, el tratamiento de los desechos textiles de acuerdo con la jerarquía europea

⁶ Actualmente la Hoja de ruta se encuentra en periodo de consulta pública y se prevé la adopción por parte de la Comisión Europea en el tercer cuatrimestre de 2021.

de residuos y el apoyo en la implementación de la obligación legal de introducir un sistema de recogida selectiva textil antes de 2025.

Por lo tanto, **la Estrategia de la UE para el sector textil** pretende establecer un **marco integral** con las condiciones e incentivos necesarios para **impulsar la competitividad, la sostenibilidad y la resiliencia del sector, garantizando la coherencia con otras iniciativas aprobadas**⁷. Adoptando mecanismos para el uso óptimo de los fondos del **Plan de Recuperación** en inversiones sostenibles en el proceso de producción, diseño de nuevos materiales, nuevos modelos de negocio, infraestructuras y capacidad, que a su vez se apoyen en las nuevas tecnologías para impulsar la digitalización relacionada con textiles innovadores, la lucha contra la liberación de microplásticos, nuevos modelos productivos y de reciclaje y que contribuirán a la transición ecológica.

En esta óptica, **el sector textil español**, liderado por las patronales más representativas, ha diseñado y presentado un proyecto global, ambicioso e innovador que pretende **liderar el cambio a un modelo circular y contribuir al crecimiento económico del país**. Se trata del **“Plan de Transformación Sostenible, Innovador y Digital del sector textil, moda y calzado”**. Es un proyecto global apoyado por representantes de toda la cadena de valor (hilatura, tejido, confección, calzado, distribución, comercio, recicladores, industria auxiliar, etc.), empresas de gestión, tratamiento y reciclaje de residuos, con el apoyo de más de 400 empresas y organizaciones internacionales, 20 centros tecnológicos, Administraciones Autonómicas, ONGs pioneras en circularidad y sostenibilidad y compañías del sector servicios y tecnológicas e I+D+i. El proyecto está valorado en 11.000 millones de euros y tiene como eje fundamental la transformación hacia un sector textil sostenible y competitivo, incluyendo la definición de las características para el desarrollo de un **Hub de reciclaje español para recoger, procesar y valorizar los residuos textiles, englobado en el Proyecto Paneuropeo de Euratex**, en el que se desarrollarán 5 Hubs iniciales en Bélgica, Finlandia, Italia, Alemania y España. Si el gobierno y la UE dan luz verde y lo convierten en un Plan Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) del sector supondría un gran paso en su evolución.

FASHION PACT

El informe de McKinsey & Company y Business of Fashion **“The State of Fashion 2020”** señala que el sector “sigue representando el 6% de las emisiones de gases de efecto invernadero y es responsable de entre el 10% y el 20% del uso de plaguicidas”. Y que los lavados, disolventes y tintes utilizados son los causantes de una quinta parte de la contaminación provocada por las aguas industriales, afirmando que entre el 20% y 35% de los microplásticos vertidos en el océano provienen de este sector.

⁷ Pacto Verde, el Plan de Acción de Economía Circular, la Estrategia Industrial y la Estrategia de Sustancias Químicas.

La creciente preocupación por la sociedad con relación al cambio climático y a los aspectos ambientales ha llevado a que algunas marcas de moda hayan fortalecido su compromiso en la materia.

Junto con la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática puesta en marcha en 2018, el Fashion Pact es otra de las iniciativas emblemáticas.

Integrado por una **coalición mundial de más de 70 empresas** a lo largo de toda la cadena de valor del sector, que representan a unas 200 marcas del sector textil y de la moda, incluidos proveedores y distribuidores, los cuales se comprometen a alcanzar un conjunto de objetivos ambientales estructurados en tres ejes: clima, biodiversidad y océanos.

Objetivos y KPIs para comenzar a transformar el sector textil:

- Clima, implementación de objetivos climáticos basados en la ciencia para alcanzar un **impacto de carbono neto cero en 2050**:
 - **25% de las materias prima clave de menor impacto climático** en 2025.
 - **50% de energías renovables en 2025 y 100% de energías renovables en operaciones propias en 2030.**
- Biodiversidad:
 - Desarrollo de planes rectores individuales para 2020.
 - Apoyo a la **cero deforestación y gestión sostenible de los bosques hasta 2025.**
- Océanos:
 - **Eliminación de los envases plásticos problemáticos e innecesarios** destinados al cliente final en 2025 y en aquellos destinados a empresas en 2030.
 - Garantizar que al menos la mitad de los demás envases de plástico tengan contenido **100% reciclado** en los mismos plazos.

El potencial de estas iniciativas es enorme a día de hoy por el impacto de las acciones comprometidas⁸. Según los resultados presentados en la Copenhagen Fashion Summit de 2020, a nivel de conjunto, entre el 40% y 45% de la energía consumida por las compañías adheridas provienen de energías renovables y el 70% de los firmantes ha reducido su uso de plásticos y trabajan en el análisis de nuevos materiales.

No obstante, no existen efectos documentados y, aunque suponen un paso en la dirección correcta, el sector textil tiene todavía un largo camino por delante.

REDUCCIÓN DE EMISIONES EN EL SECTOR TEXTIL: NEUTRALIDAD CLIMÁTICA

⁸ Hay informes de progresos, además de las acciones comprometidas: El Fashion Pact ha publicado un informe con el progreso y los logros del primer año para cada uno de los pilares.
<https://thefashionpact.org/wpcontent/uploads/2020/10/038906e111abca13dce4c77d419e4f21.pdf>

En el marco del **Acuerdo de París**, la Unión Europea acordó el Marco de Energía y Clima 2030, para el periodo 2021-2030, estableciendo los objetivos de: reducir, al menos, el 40% las emisiones de gases de efecto invernadero con respecto a los niveles de 1990, al menos el 32% de energía renovable sobre el consumo total de la energía final y una mejora de la eficiencia energética de al menos un 32,5%.

En este contexto, en marzo de 2020, el Gobierno de España envió a la Comisión Europea su **Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC)**, en el que se persigue alcanzar la neutralidad climática en 2050. Donde se definen los **objetivos para 2030**:

- 23% de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero respecto a 1990.
- 42% de renovables en el uso final de la energía.
- 39,5% de mejora de eficiencia energética en la próxima década.
- 74% de presencia de energías renovables en el sector eléctrico.

El **PNIEC** forma parte del **Marco Estratégico de Energía y Clima** e incluye, también, el proyecto de **Ley de Cambio Climático y Transición Energética**, la **Estrategia de Transición Justa** que tiene como objetivo minimizar los impactos negativos de la transición energética en aquellas personas y regiones que puedan verse afectados por estos procesos, el segundo **Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático 2021-2030** donde se establece el marco nacional para la elaboración de políticas y el diseño de estrategias de anticipación, respuesta y adaptación al cambio climático, aprobado por el Consejo de Ministros el pasado 22 de septiembre de 2020; y la **Estrategia de Descarbonización a Largo Plazo**, ahora en fase de información pública.

La Comisión Europea ha anunciado el aumento de ambición en la reducción de emisiones para el 2030 en un 60%, con el reajuste a nivel nacional que esto conlleva, para alcanzar el compromiso asumido en el Pacto Verde Europeo⁹ y ayudar a dar certeza a los responsables políticos y a los inversores sobre la dirección a seguir.

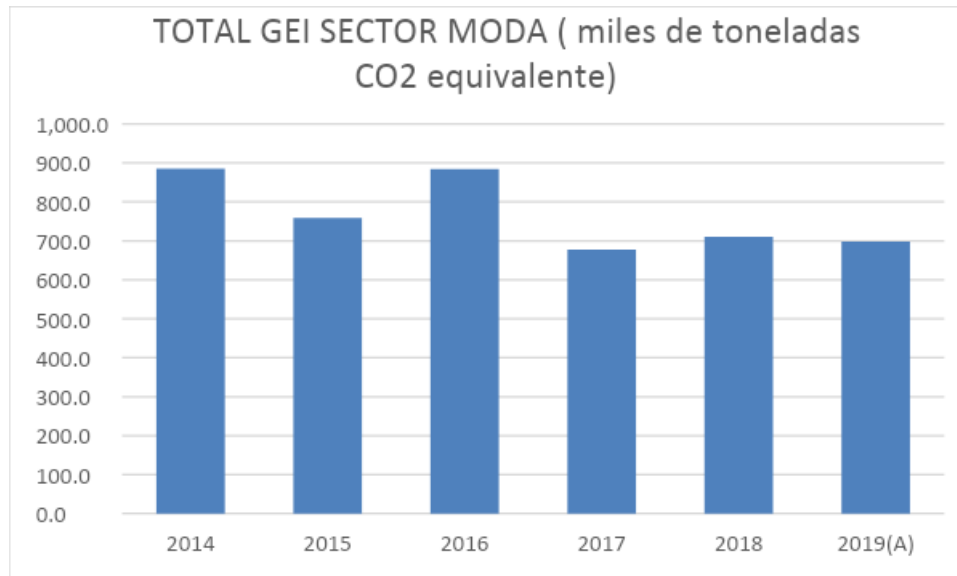
La mirada a largo plazo de los esfuerzos de descarbonización de la economía española para lograr la neutralidad climática en 2050 queda definida en la **Estrategia de Descarbonización a Largo Plazo 2050**. Este documento planifica las acciones que posibilitarán que reduzcamos en 2050 las emisiones de gases de efecto invernadero en un 90% respecto a los niveles de 1990, lo que supone alcanzar la neutralidad climática. El 10% restante se espera que sean absorbidos por los sumideros de carbono (bosques, humedales...). Además, la Estrategia identifica los potenciales efectos positivos sobre el desarrollo económico, el empleo y la salud de las personas y del medio ambiente.

Por lo tanto, la neutralidad climática no puede depender de las compensaciones de las emisiones de carbono como sucede actualmente, a largo plazo son necesarias mejoras en los procesos de

⁹ El Pacto Verde Europeo es un paquete de medidas, acompañadas de una hoja de ruta, cuyo objetivo es conseguir que Europa sea un continente neutro en emisiones en 2050 así como referente en tecnologías y productos respetuosos con el medio ambiente. Sus ámbitos de actuación son múltiples y se articulan en 10 ejes: cambio climático, energía, estrategia industrial y economía circular, movilidad sostenible, agricultura, preservación de la biodiversidad, contaminación, liderazgo, sostenibilidad transversal y alianzas estratégicas. Situando al sector textil como uno de los sectores clave para frenar las emisiones.

producción y en la cadena de suministro, no solo en el sector textil sino en todos y cada uno de los sectores.

La evolución de las emisiones de gases de efecto invernadero en el sector textil entre 2014 y 2019 presenta fluctuaciones dentro de una tendencia general decreciente. De esta forma, aunque entre 2014 y 2019 las emisiones disminuyeron en un 21,12%, entre 2017 y 2019 se incrementan en un 3,1%.



Fuente: INE

Además, aunque existen experiencias concretas de grupos del sector que han puesto en el mercado fibras sin huella de carbono, como Tencel, siguiendo el Carbon Neutral Protocol, a nivel sectorial es necesaria una mayor inversión en I+D+i.

El sector textil tendrá que conseguir reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero mediante la reducción de la intensidad de sus emisiones (emisiones/energía final: en sus procesos, el cambio a combustibles menos emisores o mediante la aplicación de mecanismos compensadores como la captura de carbono) y la intensidad energética (energía final/ producción material: eficiencia energética mediante la aplicación de la MTD).

ESTRATEGIA INDUSTRIAL DE LA UE: DIGITALIZACIÓN Y TRANSICIÓN ECOLÓGICA

La industria europea ha demostrado su capacidad para liderar el cambio y, en estos momentos, se necesita que ésta sea más ecológica, más circular, más digital y que siga siendo competitiva. Para ello hay que llevar a término una **triple transición**:

- **Ecológica:** el Pacto Verde Europeo coloca a Europa como el primer continente climáticamente neutro en 2050.

- **Competitiva:** la UE debe aprovechar el impacto, el tamaño y la integración de su mercado único para hacer oír su voz en el mundo y establecer normas mundiales, teniendo en cuenta que no debemos externalizar las emisiones de los productos que se consumen en Europa.
- **Digital:** las tecnologías están cambiando la industria y los negocios, proporcionan nuevas capacidades y contribuyen a la descarbonización de la economía.

Las **Directrices Generales de la Nueva Política Industrial Española 2030** van en la misma dirección y están **alineadas con el Marco Estratégico de Energía y Clima**.

El reto de la digitalización implica la aplicación de las **tecnologías 4.0** en toda la cadena de valor y esto supone un cambio en el modelo de gestión de las empresas, alterando los actores y las dinámicas competitivas actuales. Las nuevas oportunidades que se abren permiten incrementar el valor añadido de los productos, aumentar la eficiencia de los procesos productivos y desplegar nuevos modelos de negocio.

En el sector textil, según varios estudios, la madurez digital de las organizaciones y su cadena de abastecimiento es todavía insuficiente. En los próximos años el impacto de **la digitalización del sector debería afectar a multitud de procesos** como, por ejemplo, **la gestión del proceso de punta a punta, el diseño, el monitoreo de la matriz de proveedores, la planificación de la actividad productiva o el seguimiento de estándares sociales, ambientales y de cumplimiento**, por citar solo algunos.

Por su parte, la transición ecológica permitirá al sector no sólo ser más eficiente, sino también reducir la vulnerabilidad frente a los impactos del cambio climático. **La ecoinnovación y el ecodiseño** se configuran como **elementos clave en la transición hacia un modelo de economía circular, descarbonizada** y más resiliente.

Datos del 2019, facilitados por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, muestran como el sector textil, del cuero y del calzado presentan un porcentaje de empresas innovadoras por debajo de la media de la industria, 24,4%, 18,8% y 28,3%, respectivamente. Sin embargo, entre aquellas empresas que tienen actividad innovadora, el porcentaje de gasto en innovación sobre la cifra de negocios es superior a la media del total de la industria, suponiendo un 2,74% y un 1,97%, respectivamente. La conclusión reside en la existencia de una brecha entre las PYMEs del sector y las grandes empresas.

Por actividades, el porcentaje de gasto dedicado a I+D, en el caso del sector textil, se sitúa, ligeramente, por encima de la media, 1,2%, pero en el sector de cuero y calzado muy por debajo, 0,4%. Existe, también, por lo tanto, una brecha en función de las distintas actividades.

La inversión necesaria para la digitalización y la transición ecológica requiere, en una estructura empresarial compuesta fundamentalmente por PYMEs y donde las inversiones se llevan a cabo, fundamentalmente, en las grandes empresas, la necesidad de un fuerte **apoyo institucional**, la **creación de alianzas industriales colaborativas** y la **colaboración público-privada** para facilitar que la transferencia de tecnología sea efectiva y permitir que el proceso sea lo más rápido y eficiente posible. Además, ante las dificultades del sector derivadas del envejecimiento de las personas trabajadoras y la incapacidad para atraer a nuevas generaciones, se vuelve necesaria la **formación**

en **nuevas habilidades** relacionadas con la digitalización y la eficiencia y la sostenibilidad de los procesos productivos¹⁰.

El **Proyecto de Transformación Sostenible, Innovador y Digital del Sector Textil, Moda y Calzado** presentado por la industria de la moda y, comentado anteriormente, debería forjar esta colaboración público-privada y esas alianzas tan necesarias, si finalmente es aprobado como PERTE.

Cualquier transición debería contar, además, con todas las partes implicadas; es caso, por ejemplo, de los consumidores y consumidoras, de los trabajadores y trabajadoras y de sus organizaciones sindicales, entre otras. **La transformación ecológica y digital tiene que ser justa** tanto desde el punto de vista medioambiental como social y eso solo será posible mediante la anticipación y la implicación de todas y cada una de las partes interesadas.

Como en el caso de otros sectores que se vieron sometidos a una presión social significativa por ser percibidos como perjudiciales¹¹, la solución pasa por adoptar **medidas que incrementen la confianza, la transparencia y supongan una implicación real** ante el problema que se percibe, en este caso, los impactos ambientales.

No obstante, las políticas medioambientales emanadas desde el ámbito institucional en los últimos años y que tienen una repercusión directa sobre el buen funcionamiento y viabilidad de las empresas y el empleo, parecen no encontrar espacio en la negociación colectiva.

Para dar continuidad en el ámbito laboral a las iniciativas institucionales en materia de sostenibilidad ambiental, se recomendará o sugerirá que en el ámbito de la negociación colectiva, las partes interesadas, si fuera de su interés y dentro de su autonomía negociadora, puedan pactar figuras ya testadas con éxito en el ámbito de los convenios de diferente alcance y a nivel empresarial, como comisiones de sostenibilidad, delegados de medio ambiente, etc., o puedan desarrollar cualquier otra iniciativa innovadora que ellas convengan, contribuyendo con ello a la participación e interés medioambiental en la empresa.

Además, se requiere la construcción de **herramientas de “tecnología social”** a lo largo de toda la cadena de valor con todas las partes interesadas (sindicatos, entidades ecologistas, consumidores/as, trabajadores/as), observatorios, foros, mesas industriales, etc.

Los consumidores ocupan también un papel fundamental¹². Cada vez muestran un mayor interés en contribuir en la lucha contra el cambio climático y la degradación ambiental. Esta creciente preocupación que conlleva cambios en los patrones de consumo, y que se vienen manifestando en todos los sectores, va a derivar en **medidas reglamentarias por parte de la UE para proteger al consumidor y a su vez impulsar la transición del modelo**. La futura estrategia europea intentará dotar a los consumidores de las herramientas adecuadas para la **elección de productos textiles sostenibles y fomentar la reutilización y reparación** de los mismos. Esto conlleva, necesariamente, la adecuación del sector en consecuencia.

¹⁰ Según los datos de una encuesta realizada actualmente por EURATEX, CEC y COTANCE entre más de 150 empresas del sector textil.

¹¹ Es el caso por ejemplo del sector químico.

¹² Comunicación de la Comisión Europea “Reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible”

Por otra parte, es necesario **potenciar los análisis de vulnerabilidades y fortalezas** en las empresas en relación con la transición ecológica, el cambio climático y el proceso de digitalización, de forma individual o colectiva y con la colaboración de los agentes sociales, a fin de facilitar la adopción anticipada de medidas concretas.

El presupuesto a largo plazo de la UE, junto con los fondos Next Generation EU, será un instrumento de estímulo, con un total de 1,8 billones de euros, para ayudar a que Europa sea más ecológica, digital y resiliente con el objetivo de mitigar, compensar y adaptarnos al cambio climático y a sus múltiples efectos y consecuencias. El Pacto Verde Europeo, concebido como un nuevo contrato social para ecologizar la economía entre Gobierno, empresas y ciudadanía, abre un marco de colaboración y participación indispensable para que el proceso de transición sea justo.

LA REGULACIÓN EMPODERA AL CONSUMIDOR

La nueva Directiva Europea (EU 2018/861) por la que se modifica la Directiva 2008/98/CE y que se traspone al ordenamiento jurídico español a través de la Ley de Residuos y Suelos Contaminados, obliga a los Estados miembros a empezar la **recogida selectiva de residuos textiles antes del 1 de enero de 2025** y al establecimiento de unos objetivos relativos a la preparación para la **reutilización y al reciclado** de estos residuos. Esto supondrá un impacto para toda la cadena de valor textil, pues será necesario que las empresas diseñen sus productos para contener material recuperado y, aún más importante, para prolongar su vida útil y permitir su reciclaje real.

La regulación internacional y los compromisos voluntarios del sector proponen un impulso a la circularidad en el sector textil:

- OECD Building Back Better.
- Pacto Verde Europeo– Next Generation EU.
- Mecanismo de Carbono en frontera y pasaporte digital de producto.
- Paquete europeo de economía circular.
- Etiquetado europeo de producto sostenible – *Product Environmental Footprint*.
- Estrategia Española de Economía Circular, Ley de Residuos y Suelos contaminados y Ley de Cambio Climático y Transición Energética.
- Compromisos voluntarios Fashion Pact (Pacto de la Moda) Biodiversidad, Océanos, Cambio Climático (UNFCCC).

Existen en este momento diversas iniciativas institucionales en el espacio europeo y español que conviene destacar:

- **El Plan de acción para la economía circular europeo (marzo 2020)** establece una serie de iniciativas específicas para luchar contra la **obsolescencia temprana** y promover la **durabilidad**, el **reciclado**, la reparabilidad y la accesibilidad de los productos y apoyar la actuación de las empresas.
- **La Estrategia de Sostenibilidad para las sustancias químicas (2020)** pretende aumentar la cantidad de información sobre las sustancias químicas a disposición de los consumidores, así como protegerlos de las sustancias más nocivas y promueve las sustancias químicas seguras y sostenibles desde su concepción.
- **La futura Estrategia de la UE para los productos textiles sostenibles** intentará facultar a los consumidores para optar por textiles sostenibles y tener un fácil acceso a servicios de reutilización y reparación.
- **La nueva Agenda del Consumidor Europeo 2020-2025** hace referencia a las oportunidades que ofrece la transformación digital para facilitar información más específica y comprensible a los consumidores, a través del desarrollo de **pasaportes digitales**. La información digital podría facultar a los consumidores para acceder a información confiable sobre la sostenibilidad de los productos y poder realizar comparaciones.

RECOMENDACIONES

- ✓ Mejora de los **datos estadísticos sectoriales** (inversiones/gastos en protección ambiental, emisiones, eficiencia de los productos).
- ✓ Creación de **espacios de participación** de todas las partes interesadas en el proceso de transición ecológica, a lo largo de toda la cadena de valor.
- ✓ Fuerte **apoyo institucional**, creación de **alianzas industriales colaborativas**, la **colaboración público-privada** para facilitar que la transferencia de tecnología sea efectiva y permitir que el proceso sea lo más rápido y eficiente posible.
- ✓ **Cambios en el modelo de producción:**
 - ✓ Modificaciones en los sistemas de procesos.
 - ✓ Logística de bajas emisiones de carbono.
 - ✓ Incremento de la eficiencia energética y uso de energías renovables en toda la cadena de valor.
 - ✓ Uso de materiales con impacto climático mínimo.
 - ✓ Incremento de la recogida, reutilización y reciclaje.
 - ✓ Promoción del consumo responsable y educación en el mantenimiento y conservación para alargar el uso.
 - ✓ Fomento de medidas de ecodiseño que permitan prevenir la generación de residuos e incrementar la vida útil de las prendas/piezas.

- ✓ Colecciones neutras en emisiones.
- ✓ Utilizar la **negociación colectiva** como herramienta para impulsar las **políticas ambientales en las empresas** (delegados de medio ambiente, comités de sostenibilidad).
- ✓ **Formación en nuevas habilidades** relacionadas con la digitalización, la eficiencia y la sostenibilidad de los procesos productivos.



CONSUMO RESPONSABLE, SOSTENIBLE Y CONSCIENTE PARA LA SOSTENIBILIDAD DEL MODELO DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO

En el año 2017 **ONU Medio Ambiente**, en el marco del Programa de Información al Consumidor, aprobó una “**Guía mundial sobre la manera de elaborar afirmaciones ambientales, sociales y económicas eficaces y fiables**”, dirigidas a los consumidores en relación con la información sobre la sostenibilidad de los productos a fin de empoderar a los consumidores y facilitar su elección.



Cinco ámbitos clave de la Nueva Agenda del Consumidor



1. TRANSICIÓN ECOLÓGICA

Empoderamiento de los consumidores para que desempeñen un papel activo

Los consumidores están dispuestos a pagar más por productos más duraderos. Cuando los consumidores reciben una mejor información sobre la durabilidad de los productos, las ventas de las versiones más duraderas de los productos pueden casi triplicarse.



Mejor información a los consumidores sobre las características de sostenibilidad medioambiental de los productos, tales como su durabilidad o reparabilidad.



Protección de los consumidores frente a determinadas prácticas, tales como el blanqueo ecológico o la obsolescencia temprana, y garantía de su acceso a información fidedigna.



Fomento de los compromisos de las empresas con acciones de consumo sostenible, más allá de las obligaciones legales.



Reparación de productos y fomento de la compra de productos más sostenibles y circulares → Revisión de la [Directiva sobre la compraventa de bienes](#) después de 2022.

2. TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Garantía de que los consumidores estén tan protegidos en línea como fuera de línea

En comparación con 2009, el porcentaje de compradores en línea casi se ha duplicado, pasando del 32 % al 60 %.



Refuerzo de la protección de los consumidores en el contexto de la digitalización de los servicios financieros al por menor → revisión de la [Directiva sobre crédito al consumo](#) y de la [Directiva sobre comercialización a distancia de servicios financieros](#).



Encaramiento de los nuevos retos desde el punto de vista de la seguridad de los productos derivados de las nuevas tecnologías y de la venta en línea → revisión de la [Directiva relativa a la seguridad general de los productos](#).



Garantía de la protección de los consumidores y protección de los derechos fundamentales en relación con la inteligencia artificial → Propuesta de acto jurídico horizontal por el que se establecen requisitos en materia de inteligencia artificial.



Lucha contra las prácticas comerciales en línea que no respetan los derechos de los consumidores → actualización de los documentos orientativos acerca de la [Directiva sobre las prácticas comerciales desleales](#) y de la [Directiva sobre los derechos de los consumidores](#), y análisis de la necesidad de legislación adicional o de otras medidas.



3. CUMPLIMIENTO Y VÍAS DE RECURSO

Garantía de que todos los consumidores se beneficien plenamente de sus derechos

La Comisión apoyará a los Estados miembros en la aplicación de las [normas actualizadas recientemente en materia de protección de los consumidores](#), que reforzarán los derechos de los consumidores y contemplarán una mayor equidad digital, sanciones más estrictas y un mecanismo eficaz para demandar colectivamente en caso de daños masivos.



Coordinación de la labor ejecutiva de la red de cooperación en materia de protección de los consumidores (CPC) y apoyo a esta para hacer frente a las prácticas ilegales.



Apoyo a las autoridades facilitándoles instrumentos electrónicos comunes e innovadores para las investigaciones en línea.



Evaluación del conjunto de instrumentos de las autoridades para hacer frente a las prácticas que infringen el Derecho de la UE en materia de protección de los consumidores -> evaluación del [Reglamento CPC](#).



4. VULNERABILIDAD DE LOS CONSUMIDORES

Refuerzo de la concienciación de los consumidores, abordando las necesidades de sus diferentes grupos

Apoyo a los consumidores más vulnerables que otros debido a las necesidades específicas de información, por ejemplo, los niños, las personas mayores o las personas con discapacidad.



Mejora de la disponibilidad de servicios de asesoramiento en materia de deuda en los Estados miembros



Refuerzo de la seguridad de los productos de puericultura -> revisión de la Directiva relativa a la seguridad general de los productos y nuevos requisitos de seguridad de las normas sobre los productos de puericultura



Apoyo a iniciativas locales de asesoramiento a los consumidores, también en zonas remotas



5. PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL MUNDO

Fomento de una protección de alto nivel de los consumidores en el extranjero

Las compras a vendedores de fuera de la UE aumentaron del 17 % en 2014 al 27 % en 2019.



Creación de un plan de acción con China para mejorar la cooperación en materia de seguridad de los productos vendidos en línea.



Prestación de apoyo normativo a los países socios de la UE.

El nuevo modelo de consumo y la Nueva Agenda del consumidor de la UE exigen una reflexión estratégica del sector “aguas arriba” sobre la planificación de la compra y la producción para evitar una sobrecarga de stock en cualesquiera de los eslabones de la cadena de suministro, utilizando para ello las herramientas tecnológicas que la transformación digital nos ofrece.

Los consumidores tienen un papel activo en el consumo de productos sostenibles, no solo a través de la toma de decisiones de compra, sino también por su papel en su uso, mantenimiento, reparación y reutilización. Es necesario facilitar un comportamiento sostenible del consumidor en cuanto a los modelos de consumo consciente.

PRINCIPIOS PARA FACILITAR UN CONSUMO RESPONSABLE Y CONSCIENTE

Las “Orientaciones para el suministro de información relativa a la sostenibilidad de los productos”, aprobada en 2015 por ONU Medio Ambiente, supuso una Guía mundial para elaborar afirmaciones ambientales, sociales y económicas eficaces, a fin de empoderar a los consumidores y facilitar su elección. Los principios básicos contemplados en la misma se basan en:

- **Fiabilidad:** fundamentar las afirmaciones en una base fiable, rigurosa y, a ser posible, científica.
- **Pertinencia:** mencionar el valor añadido de los productos y el impacto, más allá del cumplimiento de las leyes.
- **Simplicidad:** hacer que la información sea útil para el consumidor.
- **Transparencia y honestidad:** responder a la demanda de información del consumidor, sin ocultar información importante.
- **Accesibilidad:** hacer que la información llegue al consumidor y no que éste tenga que llegar a ella.
- **Tres dimensiones de la sostenibilidad: social** (derechos de las comunidades, condiciones laborales y seguridad del consumidor), **ambiental** (agua y energía, cambio climático y contaminación) y **económica** (competencia leal, garantía de un precio mínimo, relación calidad-precio).
- **Cambio de comportamiento y repercusiones a largo plazo:** facilitar el paso de la información a la acción.
- **Enfoque innovador y utilización de medios múltiples:** la afirmación de sostenibilidad deberá transmitirse aplicando un enfoque de medios múltiples, dirigiéndose a los consumidores por medio de canales de comunicación diferentes e innovadores en distintas situaciones. La información deberá ser complementaria y no redundante y no deberá sobrecargar al consumidor.
- **Colaboración:** trabajar de forma colaborativa para aumentar la aceptación y la credibilidad. Lograr la participación de un grupo más amplio de interesados y que los mismos participen.
- **Comparabilidad:** ayudar al consumidor a escoger entre productos similares.

Los consumidores necesitan información fiable y de calidad sobre aspectos relacionados con la sostenibilidad (social y ambiental) de los bienes y servicios, evitando, a la vez, una sobrecarga de la información. Es necesario mejorar las herramientas existentes incluyendo las etiquetas actuales.

Es necesario que las afirmaciones medioambientales a nivel de producto estén fundamentadas para crear confianza entre los consumidores y otras partes interesadas relevantes. En el último estudio¹³ realizado por la UE en colaboración con las Direcciones de Consumo de los países miembro señala que un 59% no aportaban información fácilmente accesible para fundamentar sus afirmaciones y un 37% presentaban declaraciones “poco precisas” al usar términos como: consciente, ecológico o sostenible.

EL ETIQUETADO COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

Es la vía fundamental por la que las empresas comunican al consumidor las características de sus productos. En la actualidad, en toda la UE los productos de moda deben llevar una etiqueta que identifique, de forma clara, la composición de todas las fibras textiles utilizadas. Este requisito se aplica a todos los productos cuyo peso esté compuesto en, al menos, el 80% por fibras textiles.

Pero más allá de las obligaciones de etiquetado actuales: indicar la composición del tejido en porcentaje y por orden decreciente, emplear texto claro y legible o separar claramente la información sobre la composición del textil de cualquier otra información (cuidado del producto etc.), los consumidores demandan más información, de ahí que las iniciativas digitales sean una buena noticia, aunque habrá que ver cómo se concretan en este sector. La norma internacional **ISO 14020** define y especifica clases de etiquetado y metodología.

Otra forma de información al consumidor es la que aporta la **certificación de los productos**, existen diferentes sellos aplicables en la moda:

- **Sobre materias primas y su producción sostenible:** GOTS, RDS, RWS, PEFC, FSC, FAIRTRADE, etc.
- **Sobre economía circular:** GRS, RCS, etc.
- **Sobre la forma de fabricación** de etapas intermedias o producto terminado: BCI, GOTS, RDS, RWS, GRS, PEFC, FSC, etc.
- **Sobre los modelos de compra** de cercanía o con criterios de justicia social: RJC, FAIRTRADE, etc.

¹³ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269

Asimismo, existen iniciativas que, sin ser certificaciones, redundan en un consumo responsable y consciente (por ejemplo, Better Cotton Initiative). Algunas iniciativas y certificados que avalan el producto sostenible en moda son:



Better Cotton Initiative (BCI) es una Asociación Empresarial sin ánimo de lucro cuyo objetivo es mejorar las condiciones de los trabajadores del algodón en todo el mundo, así como la rentabilidad económica de dicho sector en toda la cadena de valor y reducir su impacto ambiental. Es un programa, no una certificación.



Global Organic Textile Standard (GOTS): garantiza que un producto textil orgánico se ha fabricado bajo un estricto respeto al medio ambiente y unos criterios sociales basados en las normas de la Organización Internacional del Trabajo.



Organic Content Standard (OCS): Es una estándar que verifica el contenido de material orgánico en un producto



Responsible Down Standard (RDS): garantiza que la pluma no proviene de animales que hayan sido víctimas de cualquier daño innecesario, tales como alimentación forzada o desplume en vida, a la vez que ayuda a contar con un sistema de trazabilidad para validar el plumón usado en los productos, desde su origen hasta la prenda final.



Responsible Wool Standard (RWS) es un estándar que se centra en el bienestar de las oveja y proporciona una verificación de las practicas que se están produciendo en todo el proceso de manufactura de la lana



Responsible Mohair Standard (RMS) es un estándar que se centra en el bienestar de las cabras de mohair y proporciona una verificación de las practicas que se están produciendo en todo el proceso de manufactura de la lana



Global Recycled Standard (GRS) es un estándar de producto internacional, voluntario, y completo que fija requisitos para la certificación por parte de terceros de contenido reciclado, cadena de custodia, practicas sociales y medioambientales y restricciones químicas.



Recycled Claim Standard (RCS) se utiliza como estándar de cadena de custodia para identificar las diferentes materias primas recicladas a través de la cadena de suministro.



Leather Working Group (LWG) organismo internacional encargado de determinar el grado de compromiso medioambiental de las curtidurías.



El certificado **Oekotex Standard 100**® establece criterios de reducción de químicos.



El certificado **Bluesign**® se basa en cinco principios: productividad de los recursos, seguridad de los consumidores, emisiones atmosféricas, emisiones de agua y salud y seguridad en el trabajo. Certifica productos y gamas de productos y examina el desempeño ambiental completo de una fábrica.



El certificado **Cradle to cradle**® garantiza que el diseño y fabricación de un producto minimiza el uso de recursos, así como que se ha concebido para la reciclabilidad total de todos los componentes que lo forman, de manera que el impacto medioambiental es mínimo.



Forest Stewardship Council (FSC) garantiza al consumidor que los productos forestales certificados proceden de montes aprovechados de forma racional, de acuerdo a unos Estándares Internacionales que contemplan aspectos ambientales, sociales y económicos y que definen los niveles mínimos de buena gestión para los bosques de todo el mundo.



Programme for Endorsement of Forest Certification (PEFC) trabaja para conservar los bosques y asegurar su mantenimiento para las generaciones futuras. Garantiza que la obtención de los productos forestales como la madera, papel y cartón, fibras y tejidos, etc. se realiza de manera sostenible a través de cadenas de suministro seguras, trazadas y transparentes, protegiéndose los bosques, mejorando la biodiversidad y respetando los derechos de los trabajadores y la población local.



Responsible Jewellery Council (RJC) promueve prácticas éticas, sociales y medioambientales responsables, respetuosas con los derechos humanos, de una forma transparente y responsable en todos los ámbitos de la industria, desde la mina hasta el punto de venta.



Fairtrade es la certificación de los productos de Comercio Justo y tiene como objetivo mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional que consolidan la pobreza y la desigualdad mundial.

Las cadenas de fabricación del sector textil son extremadamente complejas debido a los numerosos actores que intervienen (preparación de la fibra, hilatura, tintura y acabado, estampación, acabado de prenda/pieza, confección, etc.). Muchas de las certificaciones e iniciativas anteriormente citadas no tienen alcance total sobre los diferentes riesgos ambientales y sociales que se pueden producir a lo largo de la cadena de fabricación limitándose en ocasiones su alcance a la obtención de la materia prima y la trazabilidad y no a las condiciones de fabricación.

De la misma manera, un problema radica en la proliferación de certificaciones que originan multitud de sellos y confunden al consumidor que no tiene por qué estar familiarizado con los atributos de cada uno de ellos.

Por otro lado, es necesario destacar la diferencia entre atributos de sostenibilidad (valor añadido) de un producto y la medición de su impacto. Los certificados tienen cierto alcance, pero no operan en un marco homogéneo que permita compararlos.

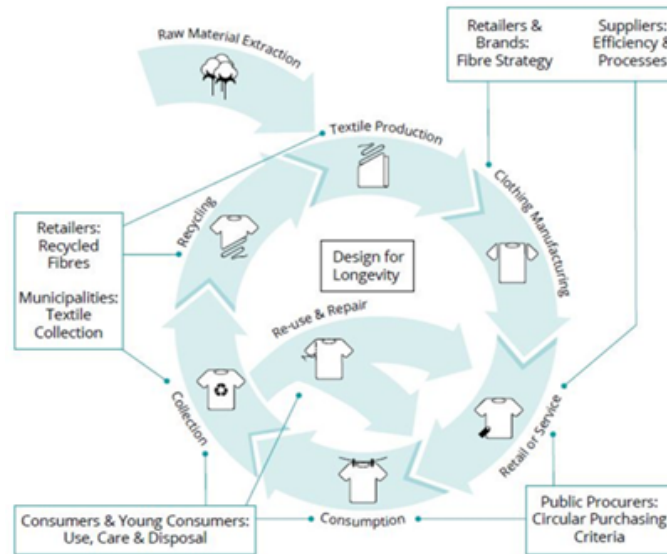
Se estima necesario, por tanto, **un marco de actuación homogéneo y una metodología específica, así como simplificar el mensaje y circunscribirlo a lo que el consumidor quiere conocer:**

- ¿Cuál es el camino que ha recorrido la pieza desde las materias primas hasta que ha llegado al consumidor? (trazabilidad)
- ¿Se han respetado los derechos humanos? (Diligencia Debida)
- ¿Se ha medido el impacto ambiental y social? ¿Cuál es? (impacto)
- ¿Existe un plan para minimizar/mitigar el impacto o para regenerar? (impacto)
- ¿Qué puede hacer el consumidor para optimizar el impacto? (impacto)
- ¿Cuánto duran las prendas/piezas de moda? (durabilidad)
- ¿Es posible reparar/reciclar la prenda/pieza de moda? (reparabilidad/reciclabilidad)

ECONOMÍA CIRCULAR Y ENFOQUE DE CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Tal y como se establece en el Eje de Consumo de la Estrategia de Economía Circular “las decisiones de los consumidores influyen directamente en la posibilidad de avanzar hacia una economía circular, habiéndose identificado cuatro factores que intervienen en el proceso de toma de decisiones: la información disponible, la variedad de los productos y servicios, el precio y el marco normativo. En este contexto, serán importantes las actuaciones destinadas a mejorar el etiquetado de los productos para ofrecer información de forma más práctica y sencilla, detallando su “huella ecológica”, su eficiencia energética y sus características de resistencia y durabilidad”. Igualmente, será necesario “evitar prácticas de obsolescencia programada o prematura, así como luchar contra la obsolescencia percibida”. En este nuevo paradigma, el proceso creativo de los productos (diseñador, patronista, etc.) es esencial para conseguir un consumo más sostenible, puesto que un 80% de los impactos de un producto pueden prevenirse en la fase de diseño. Como soluciones concretas para alargar la vida útil de los productos y no generar residuos, es necesario incidir en el ecodiseño, a través de metodologías de diseño en patronaje Zero Waste y upcycling.

Entre las propuestas que se plantea la UE está la de la Obligatoriedad de etiquetado sobre la vida útil del producto:



Fuente: European Clothing Action Plan

NUEVAS FÓRMULAS DE CONSUMO

En el documento del Grupo de Trabajo de Circularidad de la Moda del Foro Social de la Industria de la Moda, aprobado en 2020, ya se comentaba que “no hay un único tipo de consumidor comprometido, sino diferentes perfiles, de acuerdo con sus grados de compromiso. Éstos se pueden caracterizar en: personas receptivas, comprometidas y no interesadas”, de ahí que los nuevos negocios emergentes también atiendan a esta situación. Es necesario promover modelos de negocio circulares que alarguen la vida útil de los productos y su uso. Algunos ejemplos son:

- **Segunda mano:**
 - En 2020, según especifican diferentes estudios como *Statista Global Consumers Survey*, un 38% de encuestados ha comprado algún artículo de segunda mano en los últimos 12 meses.
 - Según el “*Resale Report 2019*” realizado por ThredUP, firma especializada en la comercialización de prendas de segunda mano, en 2019, este mercado ascendía a nivel mundial a 24.000 millones de dólares y se prevé que en 2023 se duplique esa cifra, superando los 50.000 millones de dólares anuales, en 2013 ascendía a “solo” 12.000 millones de dólares.
 - Debemos ser conscientes que la prenda más sostenible es la que ya ha sido fabricada, por lo que acudir a la reutilización siempre es más sostenible que la compra de un producto nuevo. De esta forma, además, podría evitarse el consumismo desaforado. Según Irene Sierra (29-7-2019 en Xataka.com): “tiramos un 811% más de prendas que en 1960. Mientras que a mediados del siglo pasado tirábamos 1.760 toneladas de ropa, en 2015 la cifra ascendió hasta las 16.030,

incluyendo la ropa que los consumidores ya no quieren, como la que no logran vender las grandes marcas. La parte positiva de esta estadística es que, al igual que ha aumentado el porcentaje de residuos, lo ha hecho el número de prendas recicladas en el proceso; mientras que en 1960 solo se reciclaron 50 toneladas, en 2015 se rescataron 2.450 toneladas para otros usos”.

- **Alquiler de productos de moda:**
 - Diferentes empresas han irrumpido en este sector, alquilando productos de moda (incluso con la opción posterior de compra). Durante el año 2019 el envío de prendas, según tipología previa pactada (formalizada mediante contrato) entre la empresa y el consumidor se realiza de forma semanal, quincenal o mensualmente. Si bien durante el periodo de pandemia esta modalidad ha visto interrumpido su crecimiento, se prevé que tendrá gran importancia a futuro.
- **Compras on-line:**
 - Durante la pandemia se han incrementado de forma importantísima las compras por internet y el sector textil no ha sido una excepción. Según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la venta de prendas de vestir por Internet en España superó los 4.300 millones de euros en 2020, casi un 50% más que el año anterior. Estimamos necesario promover prácticas sostenibles que ayuden a reducir los impactos ambientales del comercio online y que, igualmente, sean transparentes y accesibles para los consumidores.

Otros modelos:

- **Vintage.**
- **Leasing.**
- **Intercambio.**

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO BASE PARA UN MODELO DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO CONSCIENTE

El avance en las políticas de Responsabilidad Social en las empresas se sitúa, en este momento, 20 años después de la publicación del Libro Verde de la UE sobre RSE y 10 años después de los Principios Rectores de Empresa y Derechos Humanos, como elemento estratégico de las empresas, cumpliendo en su integridad los aspectos definidos en la ISO 26.000 (2010):

En la ISO 26000 (2010) aparecen claramente detallados los Principios y Materias fundamentales de la RSE.

Principios de la RSE:

- Rendición de cuentas.
- Transparencia.
- Comportamiento ético.
- Respeto a los intereses de las partes interesadas.
- Respeto al principio de legalidad.
- Respeto a la norma internacional de comportamiento.
- Respeto a los derechos humanos.

Materias fundamentales de la RSE:

- Gobernanza de la organización.
- Derechos humanos.
- Prácticas laborales.
- El medio ambiente.
- Prácticas justas de operación.
- Asuntos de consumidores.
- Participación activa y desarrollo de la comunidad.

RECOMENDACIONES

- ✓ Desarrollo de una metodología para la medición homogénea y comparable del impacto ambiental y social de las prendas y piezas de moda, sobre la base de la información de la trazabilidad de la cadena de fabricación del producto y la ciencia.
- ✓ Etiquetado con descripción global del producto, que permita comparabilidad sobre sostenibilidad (social y ambiental) y que incluya criterios como durabilidad, reparabilidad y reciclabilidad, así como recomendaciones para su uso y cuidado (enfoque de ciclo de vida).
- ✓ Alargar la vida útil desde la fase de diseño, incrementando la durabilidad y calidad de las prendas y artículos que se ponen en el mercado para evitar la obsolescencia prematura de los productos.
- ✓ Generar información fiable, eliminando información incompleta o inconexa que pueda inducir a error, e incorporando información sobre origen sostenible de las materias primas y su trazabilidad, durabilidad, reparabilidad y cuidados y mantenimiento de los productos, y qué hacer con ellos al final de su vida útil (reciclabilidad).
- ✓ Promover la reutilización y el reciclaje entre los consumidores (el mercado de segunda mano y de alquiler de prendas por parte de las empresas y sensibilizar sobre estas modalidades de venta a los consumidores).
- ✓ Promover estrategias de sostenibilidad en el sector e-commerce (envases y embalajes sostenibles, transporte, etc.).
- ✓ Fomentar la investigación y el desarrollo en tecnologías en toda la cadena de valor para contribuir al desarrollo sostenible del modelo de producción y consumo consciente.

- ✓ Nuevo tratamiento sobre la imagen corporal, tendiendo hacia un sistema de tallas homogéneo entre las marcas.
- ✓ Participación de las organizaciones, asociaciones de la sociedad civil y de las personas trabajadoras y sus representantes en los procesos que promuevan prácticas sostenibles en el sector textil.
- ✓ Promover el etiquetado digital y homogeneizar los criterios.
- ✓ Mejorar el reporte de la información no financiera, incluso más allá de lo que establezca el marco normativo, con el objetivo de ofrecer a la ciudadanía una imagen real y comparable de los impactos sociales y ambientales generados por la actividad y sus productos o servicios. Así como el establecimiento de indicadores homogéneos a nivel sectorial, basados en ACV, que permitan la comparación de los datos tanto en el tiempo como entre empresas.

1. Informe State of Fashion (McKinsey) <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion>
2. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_2069
3. <https://www.eea.europa.eu/publicatgions/a-framework-for-enabling-circular>
4. Product Environmental Footprint https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/ef_pilots.htm
5. Informe Fashion and The Circular Economy (Fundación Ellen MacArthur) <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/explore/fashion-and-the-circular-economy>
6. Informe The Future of Circular Fashion (Fashion For Good) https://fashionforgood.com/our_news/driving-circular-business-models-in-fashion/
7. Web de UNEP sobre textiles <https://www.oneplanetnetwork.org/unep-textile-value-chain>
8. Web https://ec.europa.eu/commission/press/corner/detail/en/ip_21_269

ECONOMÍA CIRCULAR Y PACTO VERDE EUROPEO

La temperatura de la Tierra cada vez es mayor. Desde finales del siglo XIX, **la temperatura media ha aumentado 1,2 °C** debido a las **actividades humanas**, especialmente de las emisiones de gases de efecto invernadero. La Agencia Estatal de Meteorología (**AEMET**) ha avisado de que, si se mantiene el ritmo de aumento de emisiones que se viene dando desde la 2ª Guerra Mundial, cuando se disparó el uso de combustibles fósiles, **a finales de siglo tendremos 5 °C más que en la época preindustrial**. Últimamente, la subida de las temperaturas se ha acentuado. Según la Organización Meteorológica Mundial (**OMM**) existe un **20% de probabilidades de que en 2024 superemos los 1,5 °C**. La relación entre muertes prematuras y calentamiento global está constatada y **en Europa más del 7% de todas las muertes** entre 1.998 y 2.012 **son atribuibles a dicho calentamiento**¹⁴. De esta realidad ya es consciente la ciudadanía europea, que en el **Eurobarómetro de julio**¹⁵, considera que **la emergencia climática es el problema más grave al que se enfrenta el mundo**. El 93% la considera un problema grave y el 78% la considera muy grave.

Para no empeorar la situación, 189 países, incluida España, firmaron en 2015 el **Acuerdo de París**, cuyo objetivo es "mantener el aumento de la temperatura media mundial por debajo de 2 °C respecto a los niveles preindustriales y proseguir los esfuerzos para limitar ese aumento a 1,5 °C". Para ello, se comprometieron a disminuir al máximo las emisiones de gases de efecto invernadero lo antes posible para lograr la **neutralidad climática en 2050**, y evitar los **efectos irreversibles para las sociedades humanas y el planeta**¹⁶. El límite para subir 2 °C sería emitir **565 GTn de CO₂eq** (en el 2.028 se sobrepasaría), en la Tierra hay **2.795 GTn de CO₂eq** en las reservas probadas de combustibles fósiles (informe de Exxon Mobil), es decir, **casi 5 veces el límite de emisión para superar los 2 °C**¹⁷.

Distintos informes han destacado que el sector textil tiene un alto nivel de contaminación, si bien los últimos años esta tendencia se está intentando revertir a través de iniciativas públicas y privadas. Asimismo, sabemos que en los **últimos 50 años** la producción mundial de **fibras textiles** se ha **multiplicado por cuatro**, mientras que la **población** lo ha hecho, aproximadamente, **por dos**¹⁸. Se estima que el aumento general en la demanda de producción de ropa es del 2% anual desde el año 2000¹⁹ y se prevé, por tanto, que el consumo mundial de prendas/piezas de vestir alcance los 102 millones de toneladas para 2030²⁰, es decir, casi 12 kg de ropa por habitante mundial.

¹⁴ https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/cambios-drasticos-temperatura-han-provocado-5-millones-muertes-ultimos-20-anos_17104

¹⁵ <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2273>

¹⁶ https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2019/09/SR15_Summary_Volume_spanish.pdf

¹⁷ <https://theconversation.com/do-the-maths-bill-mckibben-argues-for-divestment-14894>

¹⁸ Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H. et al. The environmental price of fast fashion. *Nat Rev Earth Environ* 1, 189–200 (2020). <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>

¹⁹ Fletcher, K. *Craft of Use: Post-Growth Fashion*. Routledge. New York. 2016

²⁰ Quantis. *Measuring fashion: insights from the environmental impact of the global apparel and footwear industries*. <https://quantis-intl.com/measuring-fashion-report> (2018).

La producción de ropa y calzado consume grandes cantidades de materias primas, combustibles fósiles y agua y genera grandes cantidades de residuos a lo largo del ciclo de vida del producto. Por ello, para conocer los impactos de un producto a lo largo de su existencia, se debe establecer una metodología común que debe estar basada en criterios objetivos y científicos, por lo que recomendamos usar herramientas como el **Análisis del Ciclo de Vida (ACV)**.

El sector textil es uno de los de mayor impacto ambiental y social. Su **huella social adversa** es relevante e incluye algunas prácticas marginales, pero existentes, como **talleres clandestinos, condiciones de trabajo peligrosas o insalubres e incluso trabajos forzados que contribuyen a este impacto negativo y deben erradicarse.**

Si bien las prendas de vestir son solo una de las aplicaciones de los textiles, en los **últimos 15 años**, las **ventas mundiales** de esas prendas se han **duplicado**. Sin embargo, hasta su último día de uso, la ropa se **utiliza un 36% menos veces** que hace 15 años²¹.

Incluso si la **cantidad de residuos textiles recogidos selectivamente** en Europa **ha aumentado** en los últimos cinco años de un estimado de **2 millones de toneladas en 2014 a 2,8 millones de toneladas en 2019**, se espera que este volumen aumente aún más cuando se ponga en práctica la legislación de la UE sobre recogida selectiva de residuos textiles, **antes del 31-12-2024**, hasta una cantidad total de **entre 4,2 y 5,5 millones de toneladas** a nivel europeo que, idealmente, desde el punto de vista ambiental y social, deberían tratarse en la propia UE²².

CONTEXTO NORMATIVO EUROPEO Y NACIONAL

Estos documentos europeos: **Pacto Verde Europeo**²³, el **Plan de Acción para la Economía Circular**²⁴ y la **Estrategia industrial de 2020**²⁵ definen el **ramo textil** como **sector prioritario** con un alto potencial de circularidad y, por tanto, clave para la transición hacia una economía más sostenible y circular. El **Plan de Recuperación**²⁶ describía, además, las consecuencias de la pandemia de la COVID-19 en el ecosistema industrial de productos textiles de la UE, identificando sus necesidades de recuperación en función de las deficiencias actuales y previstas por el lado de la demanda y por el de la oferta.

Actualmente, está **en fase de consulta** la **Estrategia de la UE para los productos textiles sostenibles**²⁷, iniciativa que pretende ayudar a la UE en su transición hacia una economía circular,

²¹ Ellen MacArthur Foundation (EMF). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report_Updated_1-12-17.pdf(2017)

²² <https://euratex.eu/wp-content/uploads/Recycling-Hubs-FIN-LQ.pdf>

²³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1588580774040&uri=CELEX:52019DC0640>

²⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=COM:2020:98:FIN>

²⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1593086905382&uri=CELEX%3A52020DC0102>

²⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1590732521013&uri=COM%3A2020%3A456%3AFIN>

²⁷ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12822-EU-strategy-for-sustainable-textiles/public-consultation_es

climáticamente neutra, en la que los **productos** se diseñen para ser **más duraderos, reutilizables, reparables, y reciclables**. Su objetivo es garantizar que el sector textil se recupere de la crisis de la COVID-19 de una forma sostenible y competitiva mediante la aplicación de los principios de la economía circular a la producción, los productos, el consumo, la gestión de residuos y las materias primas secundarias.

El modelo de **negocio textil lineal** tradicional, desde las materias vírgenes hasta los productos y luego los desechos, da como resultado un **alto consumo de materias primas** y la **generación de desechos**, lo que contribuye significativamente al **impacto ambiental** negativo del sector. Todas estas iniciativas puestas en marcha por la Comisión Europea van en la dirección de **aumentar la circularidad del sector textil**.

A nivel nacional, en junio de 2020, se aprobó la nueva **Estrategia Española de Economía Circular**, "España Circular 2030", alineada con la 2ª Estrategia de economía circular de la Unión Europea, que intenta impulsar un nuevo modelo de producción y consumo consciente en el que **el valor** de productos, materiales y recursos **se mantenga en la economía** durante **el mayor tiempo posible**, en la que **se minimice la generación de residuos** y se aprovechen al máximo los inevitables. Todo ello para **lograr una economía sostenible, descarbonizada, eficiente** en el uso de los cada vez más escasos recursos, y **competitiva**, que se materializará a través de sucesivos planes de acción trienales.

Esta Estrategia entronca con las principales iniciativas internacionales para salvaguardar un medio ambiente sano: el **Acuerdo de París** sobre la emergencia climática, la **Agenda 2030** para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas o la **Declaración ministerial de la Asamblea de las Naciones Unidas** para el Medio Ambiente, "Hacia un planeta sin contaminación", acordada en diciembre de 2017 en Nairobi y, además, es **coherente** con las líneas de acción impulsadas en el marco de la Unión Europea como el **Pacto Verde Europeo** y los dos **Planes de la Comisión Europea** en esta materia. La adopción de esta nueva estrategia estaba prevista en la Agenda del Cambio, adoptada por el Gobierno en febrero de 2019 como hoja de ruta de las reformas precisas para un crecimiento sostenible e inclusivo y, también, en la **Declaración de emergencia climática** y ambiental aprobada en enero de 2020, que la incluye entre las líneas prioritarias de actuación, aparte de haber sido reconocida como **una de las Políticas Palanca del Plan de Acción de la Agenda 2030** del gobierno español.

La Estrategia establece unas orientaciones estratégicas y una serie de **objetivos para el 2030** que se concretan en los siguientes: **reducir las emisiones de gases de efecto invernadero** por debajo de los 10 millones de toneladas de CO₂eq; **reducir en un 30% el consumo nacional de materiales en relación con el PIB**, tomando como año de referencia el 2010; **reducir la generación de residuos un 15 %** respecto de los generados en 2010; **mejorar un 10% la eficiencia en el uso del agua**; reducir la generación de residuos alimentarios en toda su cadena: 50% de reducción per cápita a nivel de hogar y consumo minorista y un 20% de las cadenas de producción y suministro a partir del año 2020, contribuyendo así a los Objetivos de Desarrollo Sostenible e **incrementar la reutilización y preparación hasta llegar al 10%** de los residuos municipales generados.

A nivel nacional debe también destacarse que el **Proyecto de Ley de Residuos y Suelos Contaminados**, actualmente en tramitación y cuya aprobación se prevé a finales de 2021 o principios de 2022, exige que, **en el plazo máximo de 3 años** desde la entrada en vigor de esta Ley, **se desarrollarán regímenes de responsabilidad ampliada del productor (RAP)** para los textiles. El impulso de la RAP para textiles es una iniciativa acertada y ambiciosa que debería contar con un marco armonizado a nivel comunitario. En esta línea, el sector textil defiende el modelo de RAP, ya que ha demostrado en la práctica ser efectivo para garantizar una adecuada recogida selectiva, gestión y financiación de los residuos textiles.

PACTO VERDE EUROPEO

La emergencia climática y la degradación del medio ambiente son una amenaza existencial a la que se enfrentan Europa y el resto del mundo. Para superar estos retos, el **Pacto Verde Europeo** pretende convertir la UE en una economía eficiente en el uso de los recursos, moderna y competitiva y **garantizar** que:



Ser climáticamente neutra de aquí a 2050



Proteger la vida humana, los animales y las plantas, reduciendo la contaminación



Ayudar a las empresas a convertirse en líderes mundiales en productos y tecnologías limpios



Contribuir a garantizar una transición justa e integradora

Propuestas principales de la UE en el Pacto Verde Europeo²⁸.

La Comisión Europea estima que el Pacto Verde Europeo puede arrojar importantes beneficios netos en términos de crecimiento del PIB y creación de empleo verde.

El Parlamento Europeo aprobó el 24 de junio la **Ley Europea del Clima** con la que la Unión Europea se compromete a **alcanzar la neutralidad climática en 2050**, es decir, a no liberar más gases de efecto invernadero de los que puede absorber y a **reducir sus emisiones netas de CO₂ al menos un 55 % en 2030** frente a 1990, y lo hace de manera colectiva, sin objetivos vinculantes por país, una concesión hacia los países que más carbón usan (Polonia, Hungría, Eslovaquia...). Esta Ley surge para cumplir los compromisos europeos alcanzados en el Acuerdo de París. **España deberá revisar su Ley 7/2021**, de 20 de mayo, **de Cambio Climático y Transición Energética²⁹**, que sólo **planteaba una reducción de emisiones para el 2030 de, al menos, un 23 %** frente al 55 % aprobado en Europa.

El **Pacto Verde Europeo** también se plantea como **herramienta** para **salir de la pandemia** de la COVID-19 y se financiará con un tercio de los 1,8 billones de euros de inversiones del plan de recuperación Next Generation EU y con el presupuesto de siete años de la UE.

²⁸ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/fs_19_6714

²⁹ https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-8447

PLAN DE ACCIÓN PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR DE LA COMISIÓN EUROPEA

La Comisión Europea planteó en **marzo de 2020** un nuevo **Plan de Acción de Economía Circular**, que es uno de los principales elementos del **Pacto Verde Europeo**.

El Plan pretende adaptar nuestra economía a un futuro ecológico y reforzar nuestra competitividad, protegiendo al mismo tiempo el medio ambiente y confiriendo nuevos derechos a los consumidores. Sus **objetivos** son:

- Hacer que los **productos** comercializados en la UE duren más, sean más fáciles de reutilizar, reparar y reciclar.
- **Informar** de forma fidedigna sobre la reparabilidad y la durabilidad de los productos para que el **consumidor** pueda tomar decisiones más sostenibles desde el punto de vista ambiental.
- Garantizar que se produzcan **menos residuos**.
- Centrarse en los **sectores que utilizan más recursos** y que tienen un elevado potencial de circularidad, en concreto el Plan fija el foco en aquellos sectores con mayor repercusión ambiental como el **textil**, la construcción, la electrónica, vehículos y baterías y alimentación, junto con materiales de alto impacto de uso tales como el acero, cemento y productos químicos, con especial atención a microplásticos y plásticos en materiales de la construcción y automoción.
- **Aumento del PIB** de la UE hasta en un 0,5 % adicional de aquí a 2030 y creación de unos 700.000 nuevos puestos de trabajo.

En cuanto al **sector textil**, se propondrá una estrategia integral que tendrá por objetivos: reforzar la competitividad industrial y la innovación del sector, impulsar el mercado de productos textiles sostenibles y circulares de la UE, incluido el de **reutilización de los productos textiles**, abordar el fenómeno de la moda rápida y promover nuevos modelos de negocio. Para alcanzar esos objetivos, se propondrán estas **medidas**:

- Aplicación del nuevo marco para los productos sostenibles, que requiere adoptar medidas de **diseño ecológico** que faciliten la adaptación de los productos textiles a la circularidad, velar por la incorporación de materias primas secundarias, combatir la presencia de sustancias químicas peligrosas y empoderar a las empresas y los consumidores para que puedan optar por productos textiles sostenibles y tengan un acceso fácil a la reutilización y a los servicios de reparación.
- Mejora del entorno empresarial y de la reglamentación de los productos textiles sostenibles y circulares en la UE, lo que incluye proporcionar incentivos y apoyo a modelos de «**producto como servicio**» y a materiales y procesos de producción circulares.
- Prestación de **asesoramiento** para alcanzar niveles elevados de recogida separada de residuos textiles, que los Estados miembros deben garantizar de aquí a 2025.

- Impulso a la **clasificación**, la **reutilización** y el **reciclado de productos textiles**, con especial atención a la innovación, y fomento de aplicaciones industriales y medidas reguladoras, tales como la **responsabilidad ampliada del productor**.

Otras cuestiones relevantes del Plan en lo relativo al textil son:

- Revisión de las normas de la UE sobre los traslados de residuos para **facilitar la preparación de los materiales a efectos de reutilización y reciclado de los residuos en la propia UE**. Con el objetivo de restringir las exportaciones de residuos que tengan efectos nocivos para el medio ambiente y la salud en terceros países o que puedan someterse a tratamiento interno dentro de la UE. Aunque la referencia es general, especialmente para residuos tóxicos y contaminantes, seguramente también tendrá influencia sobre los textiles.
- El potencial de la economía social y solidaria se verá fortalecido por los beneficios mutuos que aportarán el **apoyo a la transición ecológica y el refuerzo de la inclusión social**, en particular a través del **Plan de acción del Pilar Europeo de Derechos Sociales**³⁰.
- La Comisión Europea velará porque sus instrumentos de apoyo a la adquisición de capacidades y la creación de empleo contribuyan también a acelerar la transición hacia una economía circular, concretamente en el contexto de la actualización de su **Agenda de Capacidades**, la adopción de un pacto por las capacidades que incluirá asociaciones a gran escala con múltiples partes interesadas y el **Plan de acción para la Economía Social**. Se promoverán las **inversiones** en sistemas de educación y formación, aprendizaje permanente e **innovación social** al amparo del **Fondo Social Europeo Plus**.
- La **Plataforma de apoyo financiero a la economía circular** seguirá prestando asesoramiento a los promotores de proyectos sobre incentivos en el ámbito de la circularidad, creación de capacidades y gestión del riesgo financiero. Hay instrumentos financieros de la UE, como las **garantías a las PYMEs** en el marco actual e **InvestEU** a partir de 2021, que movilizan financiación privada en apoyo de la economía circular.
- Se continuará impulsando la aplicación a mayor escala de instrumentos económicos bien diseñados, como la fiscalidad ambiental, en particular, los **impuestos sobre vertido e incineración**, y **permitirá** a los Estados miembros utilizar tipos del impuesto sobre el valor añadido (IVA) **para promover actividades de economía circular destinadas a los consumidores finales**, como, por ejemplo, servicios de reparación, aunque esta medida está supeditada al Reglamento sobre el establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles.

El **10-2-2021**, se publicó una **Resolución del Parlamento Europeo sobre el Plan de acción para la economía circular**³¹ en la que, sobre **trazabilidad de residuos**, se recogía que:

- Apoyaba “la ambición de la Comisión Europea de **revisar el Reglamento** relativo a los **traslados de residuos a fin de garantizar la transparencia y la trazabilidad** del comercio de residuos dentro de la Unión, **detener la exportación a terceros países** de residuos que

³⁰ <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1226&langId=es> (que tiene esta estructura: igualdad de oportunidades, condiciones de trabajo justas y protección e inclusión social).

³¹ https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0040_ES.html

causen daños al medio ambiente o a la salud humana y luchar más eficazmente contra el comportamiento ilícito con el fin de **garantizar que todos los residuos sean tratados de conformidad con** los principios de **la economía circular** [...]. Pide a la Comisión Europea que se centre también en:

- **Incentivos financieros para establecer un verdadero mercado único** y unas condiciones de competencia equitativas para las materias primas secundarias de alta calidad.
- Facilitar procedimientos para promover las capacidades y las **infraestructuras de reciclado** para el tratamiento de residuos **dentro de la Unión**.
- Aplicar el sistema de **Intercambio Electrónico de Datos (IED)** para supervisar mejor los flujos de residuos.
- Aplicar la revisión del **Reglamento sobre traslados de residuos**³² y la Directiva marco sobre residuos”.
- También acogía “con satisfacción la **Alianza Global por la Economía Circular y la Eficiencia de los Recursos** para acelerar la transición global hacia una **economía inocua para el clima**, eficiente en cuanto a recursos y circular, e invita a la Comisión Europea a liderar [...] un acuerdo internacional sobre la **gestión de recursos naturales que se mantenga dentro de unos «límites planetarios»** por lo que respecta al uso de los recursos naturales”.

En esa misma **Resolución del Parlamento Europeo** se indicaba esto sobre los productos textiles:

- Se subrayaba “la importancia de una **nueva estrategia integral de la Unión para los productos textiles a fin de promover la sostenibilidad y la circularidad**, así como la **trazabilidad y la transparencia** en el sector textil y de la confección de la Unión, habida cuenta de la naturaleza global de las cadenas de valor y de la dimensión de la «moda rápida»; pide que **la estrategia** presente un conjunto coherente de instrumentos políticos y **apoye nuevos modelos de negocio para abordar toda la gama de impactos ambientales y sociales a lo largo de toda la cadena de valor** y mejorar el diseño de los productos textiles para aumentar la durabilidad, la reutilización y la reciclabilidad mecánica y el uso de fibras de alta calidad, en particular mediante una combinación de requisitos tipo de diseño ecológico, sistemas de RAP y sistemas de etiquetado”.
- Acogía “con satisfacción la aplicación del nuevo marco político de productos a los textiles, y subraya que éste debe **priorizar la prevención de los residuos y la durabilidad, capacidad de reutilización y reparabilidad, así como abordar el problema de las sustancias químicas peligrosas** y nocivas en consonancia con la jerarquía de residuos; pide que se adopten medidas en la fase de diseño y producción contra la pérdida de microfibras sintéticas” en Europa.
- Pide la aplicación de un nuevo **marco político** para los productos textiles que sea **coherente con otros instrumentos políticos, en concreto, con la próxima propuesta de legislación sobre Diligencia Debida de los derechos humanos y el medio ambiente de la Unión**, con

³² Reglamento (CE) n.º 1013/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2006, relativo a los traslados de residuos (DO L 190 de 12.7.2006, p. 1

el fin de **garantizar que los temas de derechos de los trabajadores, los derechos humanos y la igualdad de género se aborden en todas las etapas de la cadena de valor del sector textil.**

PROPUESTA DE SOLUCIONES

Europa consume actualmente como si tuviéramos **2,8 planetas**³³, muy por encima de la capacidad de carga de nuestro territorio. Se debe generar una nueva cadena de suministro sostenible y circular y mejorar la gestión de los residuos, poniendo todo el énfasis en la **jerarquía de residuos** planteada por la Comisión Europea, según la cual, la **prevención de residuos** es la acción preferente. Esta sería la principal manera de alinear el sector textil con lo que la Comisión Europea denomina un "**espacio operativo seguro**"³⁴, que favorezca la preservación de las funciones de la Tierra que sustentan la vida humana, al tiempo que se garantiza un nivel de vida digno para todas ellas. Para alcanzar ese fin, necesitaríamos:

- Un **objetivo cuantitativo** a nivel de la UE para la **reducción de la huella** de material y consumo con objetivos específicos para los productos textiles.
- Desarrollar una metodología de **evaluación de impacto del Análisis del Ciclo de Vida común en todos los Estados miembros de la UE**, que debería estar alineada con la iniciativa europea de las **Reglas de Categoría de Huella Ambiental del Producto** (PEFCR en inglés). Los datos de ACV sobre productos textiles, aún son muy limitados.

La "**circularidad**" no debería convertirse en una mera palabra de moda en el sector textil, debe significar **reducir los impactos ambientales del sector textil**. Las medidas a establecerse deben buscar revisar la estructura fundamental del modelo de negocio a través de un enfoque que no se limite a impulsar el reciclaje y descarbonizar la fabricación, al tiempo que permite que los niveles de consumo de fibra virgen sigan creciendo. Necesitamos mejores materiales, ropa más segura y duradera, reutilizable y reciclable, pero esto debería ir de la mano con una reducción general de la generación de residuos y el consumo de materias primas vírgenes, potenciando el mercado de materias primas secundarias y, de este modo, la circularidad del sector.

³³ https://mk0eeborgicuyptuf7e.kinstacdn.com/wp-content/uploads/2021/04/coc_report_EN_FINAL-002.pdf Towards a wellbeing economy that serves people and nature (21-4-2.021).

³⁴ La Comisión Europea afirma que un 'espacio operativo seguro' se refiere al 'uso de recursos (por ejemplo, agua, suelo, tierra, minerales, metales, biomasa) que no exceda ciertos umbrales locales, regionales y / o globales para evitar que los impactos ambientales excedan los límites planetarios y conduzcan al colapso de las funciones que sustentan la vida y perjudiquen los medios de vida sostenibles en todos los países". https://ec.europa.eu/environment/pdf/circular-economy/leading_way_global_circular_economy.pdf



Actividades de prevención en las etapas del ciclo producto-residuo³⁵.

PRINCIPALES RETOS PARA LOGRAR LA CIRCULARIDAD DEL SECTOR TEXTIL

En primer lugar, **los productos textiles deben diseñarse y producirse teniendo en cuenta su ciclo de vida útil**, buscando prevenir la generación de residuos y reducir el impacto ambiental negativo a lo largo de su vida útil para respaldar los principios del diseño circular **y tener en cuenta los impactos sociales a lo largo de la cadena de valor**.

Es importante centrarse en la **durabilidad, reutilización, reparabilidad y reciclabilidad** evitando limitar la creación de tendencias y la creatividad, un pilar clave de la competitividad del sector.

El reciclaje de textil a textil es también clave para un futuro sostenible y competitivo del sector textil. Solo al lograr un circuito que permita que, tanto los subproductos (residuos textiles del proceso productivo) como los residuos post-consumo puedan reincorporarse a la cadena de valor textil como materias primas secundarias, el sector textil será regenerativo, sostenible y podrá minimizar el uso de materias primas vírgenes, protegiendo los recursos naturales.

Sin embargo, existen desafíos técnicos y barreras a la circularidad del sector textil que deben resolverse. Entre ellos, cabe destacar los siguientes:

- Escasa **capacidad de recogida selectiva y clasificación** de residuos textiles pre-consumo y post-consumo.
- Poca capacidad de **clasificación automatizada de residuos textiles** por fibra y color.
- Falta de **inversiones en tecnologías** de clasificación y reciclaje.

³⁵ <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/prevencion-y-gestion-residuos/flujos/domesticos/gestion/prevencion/>

- **Saturación de los mercados mundiales** de textiles de segunda mano y falta de demanda de las empresas europeas de ropa y textiles de segunda mano.
- Falta de **tecnologías de reciclaje químico** económicamente viables y sostenibles, especialmente para mezclas de fibras.
- Desafíos técnicos para aprovechar el **reciclaje de textil a textil**. Muchas de las tecnologías de reciclaje textil dependen completamente de la previa clasificación adecuada de los residuos recogidos, para obtener fibras recicladas con características de calidad iguales o similares a las de los materiales vírgenes. También se necesita investigación e innovación para desarrollar técnicas de reciclaje para mezclas textiles y para permitir el desmontaje, especialmente en el calzado.

RECOMENDACIONES

Propuestas para promover la circularidad del sector textil y alinearse con el pacto verde europeo:

- ✓ Impulsar normas de **contratación pública** con criterios ambientales y sociales de modo que las Administraciones Públicas inviertan en productos más sostenibles.
- ✓ **Disminuir** la generación de **textiles menos sostenibles** y de residuo textil. Reconocer el residuo textil como recurso y favorecer el desarrollo de mercados de materias primas textiles secundarias.
- ✓ **Definiciones** armonizadas sobre **residuos textiles** y criterios de **fin de vida de residuos**.
- ✓ **Aumentar la capacidad de recogida, clasificación y reciclaje** de productos textiles y de calzado. Para ello se deben crear y apoyar la creación de **nuevas infraestructuras** para garantizar un reciclado eficiente que, además, genere empleo de calidad en la recogida, clasificación y reciclado de los residuos textiles.
- ✓ **Incrementar la valorización material**, disminuyendo la valorización energética y tratando de eliminar el depósito en vertedero, mediante la inversión y promoción de la innovación en nuevas tecnologías.
- ✓ **Fomentar la innovación** para escalar la circularidad.
- ✓ De acuerdo con el "**principio de quien contamina paga**" de la UE, quienes producen contaminación deben asumir sus costes para prevenir daños a la salud humana o al medio ambiente. La RAP debe materializar ese principio y debe estar participada por todos los actores que conformen el sector textil.
- ✓ Disponer de **información en cantidad y calidad suficiente** para establecer de forma exigente y ambiciosa, pero realista, **objetivos cuantitativos a nivel de la UE** sobre prevención, reutilización, preparación para la reutilización y reciclaje de residuos textiles.
- ✓ Dada la internacionalización del sector textil y la complejidad de su cadena de valor, el concepto de circularidad debería **contemplar la Diligencia Debida con carácter obligatorio** para todas las empresas, independientemente de su tamaño.

- ✓ **Formación, información y participación** de los trabajadores y trabajadoras como herramienta de impulso en la consecución de los objetivos de circularidad y en los periodos de transición que se contemplan.
- ✓ Creación de **espacios de colaboración a nivel sectorial** para compartir buenas prácticas con la participación de todas las partes interesadas.

Con carácter transversal, consideramos relevante destacar la importancia de lograr:

- ✓ La **armonización de la normativa** aplicable, a nivel nacional, evitando normativa autonómica que genere distorsiones en la unidad de mercado y pérdida de competitividad de nuestro sector. A estos efectos, el diálogo con el sector textil y los distintos agentes implicados será esencial para conocer la problemática y su potencial y adoptar las soluciones más eficientes.
- ✓ Asegurar la **competencia leal en el mercado**, impulsando mecanismos de control de free riders, tanto desde otros países como en modelos de negocio emergentes (p. ej. on-line).

A efectos de poder **identificar productos textiles más sostenibles y promover su uso y disponibilidad** a precios competitivos, recomendamos:

- ✓ Establecer una **metodología común basada en guías que permitan calcular el impacto** de productos textiles y calzado **teniendo en cuenta todo el ciclo de vida del producto (ACV)**. El cálculo de este impacto debe incluir también aspectos sociales, aunque aún no existen metodologías basadas en ciclo de vida suficientemente desarrolladas, pero éstas, podrían asentarse bajo los principios de la “social accounting”. Por eso, también es relevante potenciar la firma de convenios y pactos internacionales voluntarios para la defensa de los derechos humanos por las empresas del sector.
- ✓ Establecer **objetivos y compromisos sobre las características del producto en función de su impacto**. Con este fin, como se acaba de señalar, diseñadores y marcas requieren una metodología común y objetiva para evaluar el impacto de cada opción y enfocar los esfuerzos de diseño en opciones con mayor impacto positivo.
- ✓ Potenciar la **innovación mediante la inversión** oportuna tanto en el desarrollo de nuevas técnicas de diseño y producción como en la escalabilidad de las soluciones sostenibles. En este sentido, la colaboración público-privada es esencial en muchos casos, sobre todo para PYMEs, y los fondos Next Generation EU u otros destinados a la recuperación post-COVID-19 pueden brindar una oportunidad adicional al sector y a la recuperación económica del país.

En relación con el **diseño sostenible**, destacamos algunos principios a tener en cuenta:

- ✓ En el entorno de EU, se deben establecer **normas de ecodiseño o diseño ecológico** para garantizar que los productos que se ponen en el mercado son aptos para un modelo de producción circular.
- ✓ **Diseño para reducir el impacto en la cadena de suministro**: mejores materiales, mejores procesos y optimización de la distribución. La selección de materiales es un elemento central del proceso de diseño y el uso de fibras más sostenibles, fibras con un mejor

desempeño ambiental y un consumo de recursos más eficiente, es un aspecto clave. Es necesario fomentar la innovación para el desarrollo de nuevos materiales y tecnologías que mejoren la sostenibilidad de las fibras textiles. Adicionalmente, se debe minimizar el impacto ambiental de las fábricas en la cadena de suministro y promover las mejores prácticas: reducción del consumo de agua, energía y recursos a través de las tecnologías más avanzadas y el autoabastecimiento energético, manejo de sustancias químicas para evitar el uso y vertido de químicos nocivos, tecnologías de tratamiento de aguas residuales y energías renovables. Durante la última década, la industria ha trabajado e invertido continuamente en la definición de herramientas para mejorar el desempeño de sostenibilidad de la cadena de suministro textil³⁶ que deben ponerse en valor y seguir potenciándose.

- ✓ **Diseño para reducir el impacto con respecto al uso del producto:** ampliar el uso de los productos a través de la durabilidad física (mejorando la calidad del producto y del material para que dure más) y la durabilidad no física (construyendo resiliencia en la relación usuario-producto), aumentar la usabilidad educando a los consumidores sobre las opciones de reparación y mejorando la fase de uso reduciendo y/o mejorando los requisitos de mantenimiento.
- ✓ **Diseño para reducir el impacto durante el fin de uso y la fase de fin de vida:** reutilización del producto y reciclabilidad. Incentivar el contenido reciclado en la composición de los textiles para impulsar el mercado secundario de materias primas, para que sea suficiente, competitivo y asequible. Reutilizar componentes del producto como botones, correas, cremalleras, etc. en nuevos productos, haciendo especial hincapié en que el diseño facilite el desmontaje de las prendas/piezas para su reciclabilidad.

El cambio a un modelo circular exige, además, lograr establecer **un mercado secundario de materias primas textiles suficiente, competitivo y a precios asequibles. Para ello**, los residuos textiles deben reconocerse como un recurso. Con este objetivo, se **propone impulsar las siguientes iniciativas:**

- ✓ **Definición armonizada** (al menos a nivel nacional, aunque sería deseable a nivel europeo) de los criterios de **fin de “residuo textil” y de fin de condición de residuo para textil (incluyendo calzado)**. Es relevante definir los diferentes tipos de productos textiles (ropa, calzado, etc.), ya que los requisitos de clasificación, preparación para la reutilización y reciclaje pueden diferir.
- ✓ **Régimen de responsabilidad ampliada del productor (RAP)**. Teniendo en cuenta la obligación de recogida selectiva de residuos textiles para antes de 2025 y la previsión de la normativa española en tramitación de imponer un régimen de RAP obligatorio en tres años, consideramos que el impulso por el sector de un adecuado régimen de RAP hará posible tratar adecuadamente los residuos que se van a recoger y lograr su reincorporación al

³⁶ Por ejemplo, con coaliciones de la industria, entre otras, la Sustainable Apparel Coalition, la ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) o la SLCIP (en sus siglas en inglés, el Programa Convergente Social y Laboral).

sector de manera circular, segura y trazable. A estos efectos, este régimen de RAP para textiles debería, al menos:

- ✓ Ser un **RAP armonizado para textiles a nivel europeo**. Los productos que superen los requisitos mínimos de ecodiseño podrían ser elegibles para una tarifa impositiva más baja (**ecomodulación**).
- ✓ **Definir** claramente **su ámbito objetivo de aplicación** (productos comprendidos, atendiendo a sus distintas características de recogida y tratamiento cuando se convierten en residuos).
- ✓ Establecer una **clara asignación de responsabilidades** entre todas las partes involucradas (productores, distribuidores, consumidores, gestores de residuos y Administraciones Públicas) y un mecanismo sólido de seguimiento, control y vigilancia, así como un sistema de transparencia y trazabilidad sólido, completo y fiable.
- ✓ La **financiación** de RAP debe estar **modulada** por diferentes criterios **según la sostenibilidad del producto**, no solo por su reciclabilidad. Debe atenderse, además, a un principio de corresponsabilidad entre los distintos agentes implicados, también en el ámbito de la financiación.
- ✓ Exigir mecanismos para **garantizar que la financiación del sistema se destina al cumplimiento y obligaciones impuestas al mismo**.
- ✓ Incorporar medidas e incentivos para **promover productos innovadores** más sostenibles, nuevas tecnologías de gestión de residuos y reciclaje a gran escala a través de este régimen de RAP para textiles.

Finalmente, debemos destacar la **relevancia del comportamiento del consumidor** para lograr el cambio a un modelo circular.

Por ejemplo, existe una **escasa reparación de los productos textiles**, no por el precio de la reparación o la falta de sistemas de reparación, sino por la falta de cultura y comportamiento del consumidor con respecto a esta opción. Las marcas/productores no deben hacerse responsables de la reparación de los productos, más allá del ecodiseño y del diseño orientado a la reparabilidad, ya que el fin del uso de los textiles está vinculado con el mantenimiento del consumidor y el cuidado diario del producto. Características como la composición, la temperatura de la colada, el tipo de planchado, etc. están directamente relacionadas con posibles daños en las prendas/piezas. Sin embargo, creemos que las compañías de moda y productores de textil pueden participar en la concienciación del consumidor brindándoles información y orientación sobre el mantenimiento y el cuidado adecuados y las formas de alargar el ciclo de vida útil de los productos.

Debemos, en definitiva, ser conscientes de que, desde el punto de vista físico, **el crecimiento infinito no es posible en un mundo finito, y cambiar el paradigma en consecuencia**.