



Foro Social Industria de la Moda

INTRPODUCCIÓN

El Foro se ha erigido (desde 2018) en una plataforma de diálogo cuyo objetivo es fomentar la sostenibilidad del sector de la moda y crear un espacio de debate en el sector de la moda para construir un cambio profundo y duradero hacia la sostenibilidad. El Foro Social de la Industria de la Moda de España está integrado por ONGs, Sindicatos, Universidades, Empresas y Organizaciones Empresariales que apuestan por un mundo sostenible y particularmente para la contribución a tal objetivo desde el sector industrial y de la distribución española de la Moda.

El impacto del Foro Social de la Industria de la Moda desde su nacimiento ha sido significativo, ya que ha logrado reunir a una amplia gama de actores del sector de la moda, para discutir temas importantes relacionados con la sostenibilidad social, ambiental y económica. El Foro ha sido fundamental para fomentar la colaboración y el diálogo entre los diferentes sectores implicados, y ha ayudado a impulsar iniciativas importantes en el sector de la Moda. Algunos de los temas que se han abordado en los informes (consensuados) elaborados por el Foro incluyen la mejora en la información al consumidor, la reducción de residuos y la promoción del consumo responsable y la Moda sostenible. En el marco de diálogo que ofrece el Foro, las empresas, organizaciones empresariales, Sindicatos, ONGs y Universidades trabajan conjuntamente para identificar los principales retos y compartir buenas prácticas de forma que puedan ser aplicadas al resto de empresas. El Foro representa la mejor oportunidad para que la Industria de la Moda, y la sociedad civil recorran juntos el camino que nos cerque a un futuro más sostenible.

Toda la información en: www.forosocialindustriadelamoda.com

ACOTACIÓN Moda Rápida

- La industria, aboga por buscar alternativas al término de moda rápida porque plantea algunos problemas. En palabras de Kate Fletcher (quién acuñó el término fast-fashion) “la alta velocidad no es en su misma un descriptor de prácticas éticas y/o ambientalmente dañinas” (Fletcher, 2010:259). La velocidad que han tomado muchos de los procesos de producción industrial en masa, ha contribuido a aumentar las ventas y crear riqueza. En el contexto actual, la industria reivindica la utilización de conceptos que describan el proceso de transformación que están experimentando algunas empresas del sector de la moda con el objetivo de que el consumo consciente de moda sostenible esté de moda.

Fletcher K. (2010) Slow Fashion: An invitation for systems change. Fashion practice, 2 (2), 259-265

ESTRATEGIA PARA LA CIRCULARIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS TEXTILES, AGENDA DEL CONSUMIDOR Y PACTO VERDE EUROPEO

Subgrupo 1

ÍNDICE

1. CONTEXTO

1.1. Pacto Industrial del Pacto Verde

- Pacto Verde
- Pacto Industrial del Pacto Verde

1.2. PERTE de la Economía Circular para la Industria de la Moda española

- Nuevas capacidades en el mercado laboral
- Digitalización sectorial

2. APRENDIZAJES

3. RECOMENDACIONES

1. CONTEXTO

a. Resumen ejecutivo

El mundo, la economía en su conjunto y la globalidad del sistema productivo (desde la producción a la reutilización, pasando por todas las fases previas e intermedias) se aboca, inexorablemente, a un cambio de paradigma que garantice niveles de desarrollo armónicos con la asunción práctica de la finitud del Planeta.

El texto que se acompaña parte de un marco de contextualización que, pese a que pudiera parecer prolífico, resulta imprescindible para comprender el cuadro macro sectorial y las políticas y herramientas comunitarias con las que abordar el cambio hacia ese nuevo paradigma: Pacto Verde, Pacto Industrial del Pacto Verde, PERTES y normativas medioambientales complementarias.

El sector textil y de la confección es significativo para el conjunto de la economía comunitaria pudiendo desempeñar un papel destacado y tractor tanto del conjunto de la economía como de la implementación de la economía circular. Para ello, es necesario avanzar en hacer frente a los impactos del sector, impulsar la reutilización, reparación y reciclaje de fibra a fibra de tejidos, y que, a menudo no se prioriza la calidad, la durabilidad y la reciclabilidad en el diseño y la fabricación de prendas de vestir. En este marco, el Pacto Verde Europeo busca lograr un crecimiento sostenible, climáticamente neutro, eficiente en el uso de la energía y los recursos, respetuoso con la naturaleza y que se desarrolle en torno a una economía limpia y circular. Para alcanzar dicho objetivo deberá realizarse una transición ecológica justa y sostenible y avanzar hacia un modelo de desarrollo económico, descarbonizado y circular.

Como herramienta estratégica de implementación del Pacto Verde, la UE establece el PLAN INDUSTRIAL DEL PACTO VERDE que pretende armonizar los objetivos ambientales con la histórica vocación industrial de la UE buscando establecer un marco regulador previsible, impulsar el acceso rápido a la financiación, mejora de capacidades y comercio abierto a unas cadenas de suministro resilientes. Y, a su vez, el Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) se considera un mecanismo de gran utilidad a la hora de acelerar esta transición hacia un sistema productivo más eficiente y sostenible en el uso de materias primas que permita incrementar la competitividad del sector, así como asegurar una mayor autonomía estratégica del país.

El sector basa su proceso de cambio en dos grandes ejes: cambios en la estrategia de ventas a través de las nuevas tendencias digitales y una nueva coyuntura en el mercado laboral por la forma en que las empresas se relacionan con los consumidores y responden a sus demandas.

En definitiva, afrontar con éxito los objetivos sectoriales que se establecen va a precisar del máximo de movilización, implicación y compromiso de todas las capacidades sectoriales comprometidas en los objetivos comunes

b. Introducción

El 30 de marzo 2022, la Comisión Europea aprobó la **Estrategia para la circularidad y sostenibilidad de los productos textiles (COM (2022) 141 final.** -

En la Introducción hace referencia al incremento constante del consumo de productos textiles y su impacto en el clima, en el consumo de agua, energía y en el medio ambiente.

“La producción mundial de productos textiles casi se duplicó entre los años 2000 y 2015 (Ellen MacArthur Foundation 2017) y se espera que el consumo de prendas de vestir y calzado aumente un 63% de aquí a 2030, de los 62 millones de toneladas actuales a 102 millones de toneladas en 2030 (Agencia Europea de Medio Ambiente –AEMA- 2019). En la UE, el consumo de productos textiles, la mayoría de los cuales son importados, representa hoy por hoy, por término medio, el cuarto mayor impacto negativos sobre el medio ambiente y el cambio climático y el tercero más elevado en el uso del agua y del suelo desde la perspectiva de ciclo de vida a escala global (EEA 2022 Tejidos y medio ambiente: el papel del diseño en la economía circular de Europa).

Cada año se desechan alrededor de 5,8 millones de toneladas de productos textiles en la UE, aproximadamente 11 Kg. Por persona (AEMA 2019 Los Tejidos y el medio ambiente en una economía circular).

Dado que la ropa representa la mayor parte del consumo textil de la UE (81%) (Centro Común de Investigación (JRC) (2021) la tendencia de usar las prendas de vestir durante cada vez menos tiempo antes de tirarlas es el factor que más contribuye a modelos insostenibles de producción y consumo excesivos. Esta tendencia, conocida como moda rápida o fast fashion, e incita a los consumidores a adquirir ropa de calidad inferior y un precio más bajo, producida rápidamente en respuesta a las últimas tendencias. Aunque entre 1996 y 2018 los precios de la ropa en la UE se redujeron más de un 30% en relación con la inflación (EEA (2022) Tejidos y medio ambiente: el papel del diseño circular en el sector textil de la UE) el gasto medio de los hogares en estos productos aumentó un 14% y un 17% en términos reales entre 2000 y 2018 (Centro Común de Investigación (JRC) (2021) Perspectivas de la economía circular en el sector textil de la UE). Además, el aumento de la demanda de productos textiles fomenta del uso ineficiente de recursos no renovables, incluida la producción de fibras sintéticas a partir de combustibles fósiles.

Estos impactos negativos tienen su origen en un modelo lineal caracterizado por bajos índices de uso, reutilización, reparación y reciclaje de fibra a fibra de tejidos, y que, a menudo no prioriza la calidad, la durabilidad y la reciclabilidad en el diseño y la fabricación de prendas de vestir. El desprendimiento de microplásticos de los tejidos sintéticos y el calzado durante todas las fases de su ciclo de vida aumenta aún más el impacto medioambiental del sector”.

En la UE, el sector textil y de la confección es significativo para la economía y puede desempeñar un papel destacado en la economía circular. Comprende más de 160.000 empresas y emplea a 1,5 millones de personas, y genera un volumen de negocios de 162.000 millones de E en 2019 (Euratex (2020) Datos y cifras claves). El ecosistema textil de la UE está compuesto esencialmente por pequeñas y medianas empresas (pymes), debe reforzar su resiliencia, en particular por lo que se refiere al suministro de energía y materias primas, aprovechar los nuevos

mercados para productos más sostenibles y aumentar su atractivo para una mano de obra cualificada y con talento. Estos retos y oportunidades requieren soluciones más sistémicas en consonancia con la ambición del Pacto Verde Europeo de lograr un crecimiento sostenible, climáticamente neutro, eficiente en el uso de la energía y los recursos, respetuoso con la naturaleza y que se desarrolle en torno a una economía limpia y circular.

Tanto el Plan de acción para la economía circular de 2020 (COM) (2020) 98 final, como la actualización de 2021 del modelo de industria de la UE (COM (2021) 350 final) señalan los productos textiles como una cadena de valor clave de productos que necesita urgentemente hacer la transición hacia una producción, un consumo y unos modelos de negocio sostenibles y circulares y tiene una gran potencia para ello.

La Estrategia para un Sector Textil Sostenible y Circular tiene por objeto crear un marco y una visión coherentes para la transición del sector textil, gracias a los cuales:

Para 2030 todos los productos textiles comercializados en la UE son duraderos y reciclables, fabricados en gran medida con fibras recicladas, libres de sustancias peligrosas y producidas con respeto de los derechos sociales y del medio ambiente. Los consumidores se benefician durante más tiempo de unos productos textiles asequibles y de alta calidad, la moda rápida deja de estar de moda y existe una amplia disponibilidad de servicios de reutilización y reparación rentables desde el punto de vista económico. En un sector textil competitivo, resiliente e innovador, los productores se responsabilizan por sus productos a lo largo de la cadena de valor, incluso cuando se convierten en residuos.

Acciones principales para un sector textil sostenible y circular:

- Introducción de requisitos de diseño ecológico
- Detener la destrucción de productos textiles no vendidos o devueltos
- Lucha contra la contaminación por microplásticos
- Introducir requisitos de información y un pasaporte digital de productos (estudiando la posibilidad de introducir la etiqueta digital)
- Declaraciones ecológicas sobre productos textiles verdaderamente sostenibles
- Responsabilidad ampliada del productor e impulso de la reutilización y el reciclaje de residuos textiles

Tejiendo la industria del futuro: creación de condiciones favorables:

- Lanzamiento de la vía de transición para el ecosistema textil del futuro
- Reversión de la producción y el consumo excesivos de ropa
- Garantizar la competencia leal y el cumplimiento normativo en un mercado interior que funcione correctamente
- Apoyo a la investigación, la innovación y las inversiones
- Desarrollo de las capacidades necesarias para la transición ecológica y digital

Unir cadenas de valor textiles sostenibles a escala mundial:

- Diligencia debida en materia medioambiental y social
- Afrontar los retos de la exportación de residuos textiles

La Comunicación de la Comisión COM (2022) 140 final: **Hacer que los productos sostenibles sean la norma** de 30 marzo 2022, establece medidas para que los productos consuman menos energía, utilizándolos de manera más eficiente y durante más tiempo, recurriendo a materiales reciclados en lugar de a materias primas primarias y difundiendo modelos económicos circulares pioneros, para así, poder disociar el crecimiento económico del uso de los recursos naturales y la degradación del medio ambiente. En base a esas consideraciones, se realiza la Propuesta de **Reglamento sobre el diseño ecológico de productos sostenibles**, Este Reglamento está diseñado para ser coherente y estar en consonancia con la legislación y las políticas sectoriales existentes y futuras, por ejemplo, incluye los pasaportes digitales. En el caso de los productos para los que no existe legislación específica de la UE que establezca requisitos obligatorios en materia de sostenibilidad medioambiental, el Reglamento será el marco jurídico en el que se establezcan las normas de la UE. Es el caso de los textiles y el calzado. Si bien estos productos están actualmente sujetos a requisitos de producto, por ejemplo, en relación con las sustancias químicas (Reglamento CE nº 1907/2006 de 18 de diciembre relativo al registro, la evaluación, la autorización y la restricción de las sustancias y mezclas químicas (REACH) y el etiquetado (Reglamento UE nº 1007/2011) no existen requisitos específicos que regulen la circularidad, por ejemplo, la durabilidad, la posibilidad de reparación y de reciclaje y el contenido reciclado.

Igualmente, con el fin de garantizar que los consumidores sigan siendo partidarios activos de la transición, la Comisión presentó una **propuesta legislativa para empoderar a los consumidores en la transición ecológica** (COM (2022) 143, que introduce modificaciones específicas que garanticen la necesaria “ecologización” de la legislación horizontal de la UE en materia de protección de los consumidores, el Pasaporte digital permitirá que los productos se etiqueten, identifiquen y vinculen a datos pertinentes para su circularidad y sostenibilidad, este Reglamento también permitirá a la UE establecer **requisitos de etiquetado**, por ejemplo, sobre la posibilidad de reparación de los productos.

Se adjunta el Anexo de la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Estrategia para la circularidad y sostenibilidad de los productos textiles Bruselas 30.3.2022 COM(2022) 141 final ANNEX

1.1 Pacto verde y Plan industrial del Pacto verde

- **Pacto Verde**

El Pacto Verde Europeo integra un paquete de medidas (acompañadas de una hoja de ruta) cuyo objetivo es conseguir que Europa sea climáticamente neutra en 2050. Para alcanzar dicho objetivo deberá realizarse una transición ecológica justa y sostenible y avanzar hacia un modelo de desarrollo económico, descarbonizado y circular para convertir a Europa en el primer continente del mundo neutro en gases de efecto invernadero y referencia en tecnologías y productos respetuosos con el medio ambiente. Lo que supone una apuesta estratégica cimentada en el suministro de energía limpia, asequible y segura desarrollando un sector eléctrico basado, en gran medida, en fuentes renovables, eliminación del carbón y descarbonización del gas.

En ese marco de referencia general el mercado energético europeo debe estar plenamente integrado, interconectado y digitalizado, respetando, al mismo tiempo, la neutralidad tecnológica. Lo que debe acompañarse de la integración de las energías renovables, la descarbonización del sector del gas, la regulación de las emisiones de metano en el sector de la energía y la pobreza energética, así como el impulso de tecnologías e infraestructuras innovadoras, redes inteligentes, redes de hidrógeno, captura, almacenamiento y uso de carbono, y almacenamiento de energía. Al tiempo que se facilita la integración sectorial y actualización de algunas infraestructuras y activos existentes. En resumen, el Pacto Verde establece los siguientes objetivos básicos:

- Suministro de energía limpia, asequible y segura.
- Movilización de la industria en pro de una economía limpia y circular.
- Uso eficiente de la energía y los recursos en la construcción y renovación de edificios.
- Aceleración de la transición a una movilidad sostenible e inteligente.
- Impulso a un sistema alimentario justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente (estrategia “de la granja a la mesa”).
- Preservación y restablecimiento de los ecosistemas y la biodiversidad.
- Consecución de una contaminación cero para un entorno sin sustancias tóxicas.

- **Plan industrial del pacto verde**

Como desarrollo lógico y estratégico del Pacto Verde, la UE establece el PLAN INDUSTRIAL DEL PACTO VERDE que pretende armonizar los objetivos ambientales con la histórica vocación industrial de la UE buscando alcanzar, mediante el mismo, las siguientes metas:

- Reafirmación del liderazgo de una industria europea, competitiva y con cero emisiones, acelerando la transición energética hacia la neutralidad climática.
- Búsqueda del liderazgo de la revolución de las tecnologías limpias.
- Creación de un entorno apropiado para aumentar la capacidad de fabricación de la UE en relación con las tecnologías y productos con cero emisiones netas.

- Transformar las capacidades en empleo de calidad y la innovación en producción masiva gracias a un marco simplificado y más rápido.
- Establecer un mejor acceso a la financiación, que permita el rápido aumento de nuestras industrias clave de tecnologías limpias.

Para cumplir estos objetivos el PLAN INDUSTRIAL DEL PACTO VERDE se dota de cuatro líneas básicas de intervención:

- **Marco regulador previsible y simplificado**, que supondrá la concesión de permisos simplificada y acelerada, una ley de materias fundamentales para garantizar el acceso a las materias primas necesarias para tecnologías clave en la transición y la reforma del mercado eléctrico entre otras materias.
- **Acceso más rápido a la financiación**. Movilizando tanto a corto como a medio plazo nuevas formas de financiación.
- **Mejora de las capacidades**. Con el objetivo de contrastar la afectación sobre el empleo que supondrá la transición ecológica, la CE propone la creación de academias con programas de reciclaje y perfeccionamiento profesional, así como el fomento de financiación público y privada para el desarrollo de capacidades.
- **Comercio abierto para unas cadenas de suministro resilientes**. Esto supondrá el fomento de acuerdos internacionales para fortalecer una red en marco de la UE, se estudia además la creación de un Club de Materias Primas Fundamentales que garantice la seguridad de suministro así como el impulso de asociaciones industriales limpias.

Cada uno de estos puntos cuenta, a su vez, con ampliaciones y desarrollos específicos cuyo alcance, para el sector textil, podría ser motivo de una reflexión más ajustada a la realidad española en el del Foro de la Moda. Máxime cuando el sector textil está llamado a acometer procesos intensos de renovación de los que depende su viabilidad futura.

Tras la pandemia y la guerra de Ucrania la innovación tecnológica, la competitividad industrial y los posibles procesos de relocalización empresarial renuevan y refuerzan el reto del Pacto Verde, la necesaria reactualización de sus objetivos y la creación de nuevas herramientas que como el Pacto Industrial acompañen la actividad empresarial y el desarrollo social a un cambio de paradigma mundial.

1.2. PERTE de Economía Circular para la Industria de la Moda Española

Al Sector de la Industria de la Moda Española se le presentan un conjunto de retos y oportunidades asociados a la transición ecológica que pueden permitir una dinamización y transformación del sector. En este sentido y, a raíz de iniciativas como es el Pacto Verde Europeo, se pretende fomentar un crecimiento más sostenible, climáticamente más respetuoso, eficiente en el uso de la energía y recursos, respetuoso con la naturaleza y que se desarrolle fomentando una economía circular.

En este contexto, el Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) aplicado al ámbito de la Economía Circular se considera un mecanismo de gran utilidad a la hora de acelerar esta transición hacia un sistema productivo más eficiente y sostenible en el uso de materias primas que permita incrementar la competitividad del sector, así como asegurar una mayor autonomía estratégica del país. Su objetivo último de contribuir a la consecución de una economía sostenible, descarbonizada, eficiente en el uso de los recursos y competitiva, debe favorecer en gran medida a la transformación del sector, así como superar las circunstancias y obstáculos de los últimos años.

En noviembre de 2021, y con el fin de elaborar un plan de transformación para el Sector, la Confederación Moda España y el Consejo Intertextil Español constituyen el proyecto del Observatorio del Textil y de la Moda. Este proyecto, desde su constitución, cuenta con el respaldo de toda la cadena de valor, siendo un vehículo impulsor de las herramientas y ayudas necesarias para la transformación del sector.

El Observatorio del Textil y la Moda se constituyen como instrumento de transformación del textil y de la moda españolas sobre los principios de sostenibilidad y circularidad enmarcados en la Estrategia 2030 europea y española para esta Industria, siendo foro de reflexión estratégica, espacio de cooperación empresarial y, también, entidad llamada a impulsar la colaboración público-privada.

La iniciativa desarrolla su misión a través de los tres objetivos siguientes: brújula estratégica para el Sector ante los cambios legislativos en curso, herramienta de colaboración público-privada para afrontar estos cambios y palanca de transformación a través de varios grupos de trabajo conformados por empresas líderes del Sector textil y moda con apoyos externos.

a. Nuevas capacidades en el mercado laboral

Muchas empresas del sector en dos grandes ejes: la omnicanalidad y la sostenibilidad. Dos tendencias que han llevado a la industria a experimentar cambios en la estrategia de ventas a través de las nuevas tendencias digitales y una nueva coyuntura en el mercado laboral por la forma en que las empresas se relacionan con los consumidores y responden a sus demandas.

La digitalización en las empresas del sector, que afecta tanto a la demanda como a los procesos productivos, provoca la búsqueda de nuevos perfiles con habilidades tecnológicas o la formación y cambio de mentalidad de los empleados.

Por lo tanto, las empresas tratan también de dotar de herramientas digitales a **toda la cadena de valor**, desde los puntos de venta hasta la fabricación de prendas, pasando por el desarrollo de nuevos materiales y por los canales de distribución.

La transformación digital del sector textil requiere de aunar herramientas y estrategias basadas en la tecnología para **mejorar la experiencia de usuario**, ya que es la única vía que asegura su subsistencia.

Una nueva perspectiva exigente para la industria textil, en el que los nuevos modelos de venta *online*, las automatizaciones de procesos productivos y el desarrollo sostenible estarán obligados a confluir.

Las exigencias del mercado laboral hacen necesarios programas que ayuden a los trabajadores en el desarrollo de habilidades transversales para mejorar su empleabilidad como **idiomas, liderazgo, negociación, nuevas tecnologías**. Para ello, en muchos casos hace falta el desarrollo de esa capacidad de adaptación al cambio, la iniciativa a la formación para mejorar y adaptarse a las nuevas tecnologías y, por supuesto, a la digitalización de toda la cadena de valor de la empresa.

b. ¿Por qué es importante la digitalización del sector textil?

Para dar respuesta a la competitividad del mercado: dar respuesta a las exigencias del consumidor y la inmediatez del servicio.

Para un desarrollo sostenible: La innovación en el sector **desarrollando nuevos productos y materiales**; además, la sociedad va adquiriendo cada vez una mayor conciencia colectiva de sostenibilidad y respeto por el medio ambiente.

Todo está cambiando a nuestro alrededor y cada vez de forma más rápida:

Los hábitos de consumo, las reglas de juego, los modelos de negocio, las legislaciones, la forma de relacionarnos con el medio ambiente, la manera de aprender, de trabajar, de liderar... pero lo que menos está cambiando son las persona

2. APRENDIZAJES

1. Ficha aprendizaje convenio colectivo curtido

NOMBRE ORGANIZACIÓN Y REPRESENTANTE: Beatriz Baeza, Inditex

Título Acción	Delegado/a de Medio Ambiente (Artículo 67 del Convenio del Curtido.
Descripción	“Cada organización sindical que ostente la condición más representativa en el ámbito estatal podrá designar en los centros de trabajo donde tenga presencia en los órganos unitarios de representación de los trabajadores un delegado de Medio Ambiente de entre los Representantes del comité de empresa o delegados de personal, cuyas funciones y competencias” se especifican ampliamente en su relación con la Dirección: colaborar, cooperar proponer, hacer seguimiento, etc.
Impacto y medición	<p>El impacto puede ser casi ilimitado, en el apoyo a la implementación de la estrategia de sostenibilidad de las empresas, si se instrumentan herramientas activas y compartidas de apoyo a la misma.</p> <p>La medición de resultados es clara: los propios indicadores de sostenibilidad.</p>
Estrategia de comunicación / stakeholders	Supone un refuerzo importantísimo de credibilidad social.
¿Es escalable a otras organizaciones?	Totalmente. Tanto que es la herramienta más potente de implicación de los trabajadores y trabajadoras en los objetivos ambientales de las empresas, presente ya en decenas de convenios de numerosos sectores empresariales.
Más info y enlaces	Estudio de la Federación de Industria de CC.OO. sobre cláusulas medioambientales en la negociación colectiva.

2. Anexo a la Estrategia para la circularidad y sostenibilidad de los productos textiles



Bruselas, 30.3.2022
COM(2022) 141 final

ANNEX

ANEXO

de la

**COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL
CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE
LAS REGIONES**

Estrategia para la circularidad y sostenibilidad de los productos textiles

<i>Acciones relativas a los retos en materia de residuos</i>	
Requisitos de responsabilidad ampliada del productor para los productos textiles con modulación ecológica de las tasas y medidas para promover una jerarquía de los residuos textiles	2023
Inicio de los trabajos para establecer objetivos de preparación para la reutilización y el reciclaje de productos textiles	2022
Aplicación de las restricciones a las exportaciones de residuos textiles fuera de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y desarrollo de criterios para distinguir los residuos de los productos textiles de segunda mano	A partir de 2023
<i>Acciones para permitir la transición</i>	
Puesta en marcha de la vía de transición para el ecosistema textil	2022
Orientaciones sobre el apoyo a la adopción de la economía circular y las asociaciones para la economía circular entre empresas sociales y otros agentes, en particular el sector textil	2022
Orientaciones sobre los modelos de negocio de la economía circular que incluyen el sector textil	2024
Puesta en marcha de #ReFashionNow	A partir de 2022
Nueva Bauhaus Europea para apoyar los textiles sostenibles	A partir de 2022
Convocatorias de Horizonte Europa para apoyar la investigación y el desarrollo en el sector textil	2021-2027
Adopción de una hoja de ruta común sobre circularidad para la tecnología industrial	2022
Criterios para la fabricación circular de prendas de vestir con arreglo al Reglamento sobre la taxonomía	2022
Trabajo en las capacidades para el ecosistema textil en el marco de la Agenda de Capacidades Europea y la renovada Alianza Europea para la Formación de Aprendices	A partir de 2022
Refuerzo de la vigilancia del mercado a través de la cooperación entre las autoridades policiales y la puesta en marcha de un conjunto de instrumentos de la UE contra la falsificación	A partir de 2022

Acciones clave	Fecha
<i>Acciones en el marco del Reglamento sobre diseño ecológico para productos sostenibles tras su adopción</i>	
Requisitos obligatorios de comportamiento para la sostenibilidad medioambiental de los productos textiles	2024
Pasaporte digital de productos textiles con requisitos de información sobre sostenibilidad medioambiental	2024
Requisitos obligatorios relativos a la contratación pública ecológica e incentivos de los Estados miembros	2024
Divulgación del número de productos desechados por grandes empresas y su tratamiento posterior, y medidas para prohibir la destrucción de productos textiles no vendidos	2024
<i>Otras medidas sobre producción y consumo sostenibles</i>	
Capacitación de los consumidores en el contexto de la transición ecológica y garantía de la fiabilidad de las alegaciones ecológicas	2022
Revisión del Reglamento sobre el etiquetado de los productos textiles y valoración de la posibilidad de introducir una etiqueta digital	2023
Revisión de los criterios de la etiqueta ecológica de la UE para los productos textiles y el calzado	2024
Reglas de categoría de huella ambiental de los productos para las prendas de vestir y el calzado	2024
Iniciativa para abordar la liberación involuntaria de microplásticos de los productos textiles	2022
Revisión del documento de referencia sobre las mejores técnicas disponibles para la industria textil	2022
Aplicación de la Directiva sobre diligencia debida en materia de sostenibilidad empresarial en el sector textil	A partir de 2023

2. RECOMENDACIONES

Para abordar con rigor los retos que afronta el sector y poder hacer un diagnóstico de intervención eficaz parece obvio que es imprescindible conocer, identificar y caracterizar los ámbitos nacionales y europeos (sociales, económicos e institucionales) donde se aborden y traten las cuestiones e intereses del mismo. Ello hace aconsejable la necesidad de elaborar un MAPA SECTORIAL de los espacios de encuentro, diálogo o negociación en los que podemos estar presentes actualmente (juntos y/o por separado) algunos de los integrantes del Foro de la Moda Española.

Dicho MAPA SECTORIAL nos podría permitir no sólo el conocimiento cruzado de informaciones o experiencias relevantes sino la defensa común y concertada de los intereses comunes.

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR COMO VALOR AÑADIDO

Subgrupo 2

ÍNDICE

1. CONTEXTO

1.1. Ecodiseño

1.2. Nuevos Materiales

2. APRENDIZAJES

3. RECOMENDACIONES

1. CONTEXTO

El proceso de mejora continua en materia de sostenibilidad es una transición en la que todos estamos involucrados, tanto empresas como ciudadanos. Los retos y responsabilidades son diferentes, pero la necesidad de avanzar hacia la sostenibilidad es compartida.

La Comisión Europea tiene una gran influencia en la definición del camino a seguir en el sector textil. Se ha enfocado en elaborar estrategias y directivas que establecen un marco de trabajo que para algunos resulta demasiado ambicioso y para otros todavía insuficiente. En cualquier caso, este marco legal tiene el beneficio de que establece un conjunto de reglas de juego comunes. En relación con la información de sostenibilidad para el consumidor en el sector textil, algunos de los hitos clave son:

- 2020 Nueva Agenda del Consumidor Europea: La Nueva Agenda del Consumidor europea incluye cinco puntos clave para abordar la transición ecológica. El primero de estos puntos es "empoderar a los consumidores en la transición ecológica". Para lograr esto, se busca proporcionar a los consumidores información mejorada sobre la durabilidad y sostenibilidad de los productos, permitiéndoles tomar decisiones informadas. Además, se busca proteger a los consumidores contra el blanqueo ecológico y la obsolescencia temprana, garantizando su acceso a información fiable y veraz. También se fomenta que las empresas vayan más allá de las obligaciones legales y se comprometan con acciones de consumo sostenible. Se promueve la reparación de productos y se alienta a los consumidores a comprar productos más sostenibles y circulares.

- 2022 EU Green Deal: Sustainable Products Initiative, que propone incluir los textiles dentro del primer grupo de productos para el plan de trabajo. Esta iniciativa busca que los productos sostenibles sean la norma mediante la regulación de diseño ecológico y requisitos de información para los consumidores, fomentando la durabilidad, reutilización, reparabilidad, eficiencia energética y reducción del impacto ambiental en productos, así como la prohibición de destrucción de bienes no vendidos y la promoción de la compra pública verde y la innovación en sectores específicos como los textiles.

- 2022 Estrategia de la UE para los productos textiles sostenibles con acciones como introducir requisitos de ecodiseño, prohibir la destrucción de textiles no vendidos o devueltos, reducir la contaminación por microplásticos e introducir requisitos de información sostenible así como el pasaporte digital de productos textiles. La nueva legislación de residuo textil permite cubrir todo el ciclo de vida del producto.

- 2022 Propuesta de Directiva de Empoderamiento de los consumidores para la Transición ecológica que se centra en la información fiable sobre los atributos de sostenibilidad de los productos antes de la compra. Esta propuesta de directiva incluye requisitos de información sobre durabilidad y reparabilidad, así como medidas para impulsar buenas prácticas de comunicación en sostenibilidad mediante la inclusión de información fiable en los productos, transparencia sobre la durabilidad y etiquetas ecológicas confiables.

- 2023 Propuesta de Directiva de alegaciones verdes: Green Claims Directive (GCD), que propone que, además de prohibir las alegaciones no fundamentadas, plantea que las afirmaciones estén respaldadas por evidencias científicas, que especifiquen si se refieren al producto completo o solo a una parte, que se refieran a aspectos significativos desde una perspectiva del ciclo de vida y que aporten una mejora significativa en aspectos medioambientales. Esta propuesta también avanza en la limitación de las ecoetiquetas y en su rigurosidad.

-2023 Actualización de la Directiva Marco de Residuos , que entre otros asuntos, plantea una propuesta para armonizar la responsabilidad ampliada del productor (RAP) en todos los países de la Unión Europea. Los productores o retailers que coloquen un producto en el mercado tendrían que cubrir los costes de gestión de los residuos textiles

La estrategia de la Comisión Europea incide en que una información fiable es fundamental para permitir que los consumidores tomen decisiones informadas. Las principales barreras de los consumidores a la hora de hacer un consumo sostenible según OCU1, son la falta de información fiable (60%), los precios (58%), la falta de alternativas accesibles (54%) y las dificultades para distinguir qué empresas son más responsables (52%).

En esta línea, cabe destacar la reciente publicación por parte de Naciones Unidas (UNEP) de un Manual de comunicación sobre moda sostenible que resalta la importancia de enfocar estos esfuerzos hacia soluciones sostenibles y circulares. Además, destaca la necesidad de cambios sistémicos a nivel empresarial, social y político, explorando el papel crucial de las políticas en la promoción de la sostenibilidad en la industria de la moda.

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

2. APRENDIZAJES

En este documento, los miembros del Foro Social de la Moda queremos compartir algunos de nuestros aprendizajes en aspectos de información al consumidor sobre la sostenibilidad del sector textil, con la intención de proporcionar una herramienta útil para el resto de las empresas. La innovación se basa en la prueba y el error, y esperamos que nuestros aprendizajes puedan ser de utilidad para otras organizaciones

Las innovaciones tecnológicas son un pilar necesario para avanzar en la sostenibilidad de la industria. En este proceso de cambio es importante potenciar prácticas que se orienten a la medición de las acciones. Estas acciones, en el momento que se ejecutan y se monitoriza su impacto, pueden convertirse en aprendizajes que puedan ser compartidos al resto de la industria para que su impacto tenga un alcance más amplio.

Es, por tanto, necesario que este camino hacia un consumo textil más sostenible, se enfoque como un aprendizaje que debemos de completar en diferentes etapas. Este camino de aprendizaje además no es único, sino que se estructura de forma reticular según el enfoque que se adopte. Entre los principales aprendizajes que destacamos hemos querido destacar tres aspectos que tienen en común que se pueden implementar en diferentes empresas (grandes, medianas y pequeñas), que tienen un impacto que se puede medir y que además el conocimiento puede ser transferible a otros sectores diferentes.

1. Fomentar las áreas de de sostenibilidad e incidir en la medición del impacto. Uno de los principales aprendizajes ha sido la necesidad de medir el tiempo y recursos que dedicamos al apartado sostenibilidad. Es importante asegurarse que esos se asignan de manera orgánica. Para ello, es importante potenciar la identificación de los objetivos de sostenibilidad de la empresa y las principales áreas de mejora para asignar ahí los principales recursos. En este sentido el desarrollo de plan de acción que incluyan estos objetivos, que cuente con puntos de control y sistemas de evaluación internos representan buenas prácticas en el sector.

¹ OCU “Otro consumo para un futuro mejor”

2. Poner el foco en las áreas donde se produce un mayor impacto. Una de las etapas con un mayor impacto es la del uso de la prenda, tanto desde el punto de vista de consumo de agua, energía y detergente en el lavado de las prendas, como en la durabilidad de la misma. Ambos factores están interrelacionados, ya que un correcto tratamiento de lavado alarga la vida de la ropa y reduce el impacto. Aspectos como el número de veces que es necesario lavar una prenda, el lavado en agua fría o con el detergente correcto, son pequeñas acciones que el consumidor puede llevar a cabo y que tienen un gran impacto medioambiental. Estas pequeñas acciones en cada hogar, supone un factor de reducción multiplicador al que el sector empresarial debe contribuir proporcionando instrucciones de mantenimiento y lavado de en el punto de venta.

- 3.** Fomentar una mejor Comunicación de cara a compartir los aprendizajes que se están realizando en sostenibilidad es la manera más eficaz de contribuir al cambio. La clave está en implementar medidas que mejoren la sostenibilidad de la empresa y compartirlas de manera que el impacto pueda escalarse a todo el sector. Un buen ejemplo de ello es el Foro Social de la Industria de la Moda que impulsa este documento. El Foro Social de la Industria de la Moda ha servido para establecer un diálogo abierto y que ha permitido compartir e intercambiar conocimientos con el resto de la industria. El verdadero cambio no se produce cuando mejoramos la sostenibilidad de nuestra empresa, sino cuando las acciones que implementamos, las compartimos con el resto de la industria, de manera que el impacto del cambio puede llegar a ser global. Este nuevo enfoque es fundamental para mejorar la confianza que el consumidor tiene hacia nuestra marca en particular y hacia el sector en general.

3. RECOMENDACIONES

- La IA está evolucionando rápidamente y ya tiene muchos usos en muchas industrias, incluida la industria de la moda. Desde el diseño de ropa hasta la predicción de las preferencias de los consumidores, la IA está transformando la forma en que se produce, comercializa y consume la moda. Con su capacidad para analizar grandes cantidades de datos y aprender de patrones, la IA está abriendo nuevas posibilidades para diseñadores, minoristas y consumidores y puede convertirse en una herramienta indispensable para ofrecer una información personalizada al consumidor que permita proporcionar el valor añadido que necesita la moda sostenible.
- En materia de sostenibilidad es importante el establecer prioridades de cara a la generación de un mayor impacto
- Uno de esos ámbitos de mayor impacto medioambiental, es la utilización y el mantenimiento de la prenda. Para involucrar a los consumidores en la reducción del impacto ambiental durante la fase de uso, resulta buenas prácticas acciones como el ofrecer guías impresas, etiquetas de cuidado especiales y aplicaciones móviles con consejos de cuidado personalizados para cada producto, y comunicar la importancia del cuidado adecuado de las prendas a través de contenido educativo en redes sociales y videos.
- Innovar y buscar colaboraciones con socios de otras industrias es muy interesante para lograr soluciones sostenibles desde ámbitos diferentes. Esto permitirá llevar las ideas y necesidades del sector textil a otros ámbitos y lograr soluciones innovadoras.
- Realizar campañas de información dirigidas a los consumidores es útil para expandir la concienciación en materia de sostenibilidad Cuida siempre la calidad de la información, para que esté referida a metodologías científicas rigurosas. Los cambios de hábitos son procesos lentos por lo que es más efectivo dar pocos mensajes, pero claros, rigurosos y con impacto.
- Los profesionales de la moda tienen un rol en fomentar buenas prácticas en materia de sostenibilidad para, promover soluciones circulares que impliquen un proceso de mejora continua en la industria de la moda
- Para llevar a cabo acciones de mayor impacto, se puede conseguir un alcance mayor estableciendo alianzas con distintos grupos de interés como universidades, organizaciones de consumidores, organizaciones ecosociales etc. Este tipo de as colaboraciones plantea un universo de oportunidades en materia de acciones, eventos y proyectos que fomenten la sostenibilidad en el sector textil. De esta manera, se puede obtener un mayor conocimiento y enfoque en la materia.
- También son útiles los pactos o iniciativas que promuevan la sostenibilidad y el intercambio de conocimientos y buenas prácticas entre Universidades, organizaciones de

consumidores, organizaciones ecosociales, empresas del sector, etc. con el objetivo de mejorar el impacto ambiental y social y adaptarse a un mercado en constante cambio.

- Una buena iniciativa es ofrecer canales de escucha al consumidor para entender sus necesidades y expectativas en relación a la sostenibilidad. Los cuestionarios individualizados, así como las conversaciones en persona o con pequeños grupos aportan una variedad de matices a la que el big data no siempre llega. De esta manera, se podrán adaptar las estrategias de sostenibilidad de las distintas organizaciones a las necesidades y demandas de sus miembros, usuarios o clientes.
- La participación de los consumidores mediante la organización de foros, actividades culturales, documentales, talleres y campañas de comunicación enfocadas en la sostenibilidad resultan buenas prácticas a resaltar en el sector.
- Resulta beneficioso la integración de la sostenibilidad de manera transversal en los equipos de las organizaciones, y para ello es consideramos una buena práctica la formación de los equipos en esta materia, así como el establecimiento de objetivos de sostenibilidad en las distintas organizaciones.

ECODISEÑO Y NUEVOS MATERIALES

Subgrupo 3

ÍNDICE

1. CONTEXTO

1.1. Ecodiseño

1.2. Nuevos Materiales

2. APRENDIZAJES

3. RECOMENDACIONES

1. CONTEXTO

1.1. Ecodiseño:

a. Introducción

El ecodiseño es una práctica que busca reducir el impacto ambiental de los productos a lo largo de su ciclo de vida, desde su diseño hasta su eliminación.

Hay que diferenciar entre diseño sostenible y ecodiseño. Un diseño sostenible tiene en cuenta aspectos económicos, sociales y medioambientales, mientras que el ecodiseño solo tiene en cuenta aspectos medioambientales.

Por tanto, el ecodiseño consiste en incorporar criterios ambientales en la fase de concepción y desarrollo de un bien o servicio, con el objetivo de reducir la huella ecológica en las diferentes fases del ciclo de vida del producto: desde la extracción de las materias primas, pasando por el transporte, la fabricación, la distribución y el uso, hasta el fin de su vida útil.

Hasta el 80% del impacto ambiental que tendrá un producto se determina en la fase de diseño, según datos que recoge la Unión Europea. Fabricar productos más duraderos y que puedan ser reparados y reciclados fácilmente es uno de los principales desafíos del siglo XXI. Solo así se puede mitigar su impacto negativo en el medio ambiente y frenar la generación masiva de residuos.

Y precisamente un punto de ayuda para poner freno a la generación de residuos textiles, será la responsabilidad ampliada del productor, que entrará en vigor para el residuo textil a partir del 1 de enero de 2025, y que tiene como objetivo principal evitar que más de 900.000 Tm de residuo textil acaben anualmente en el vertedero.

El SCRAP textil obligará a los productores de forma conjunta y unificada a cambiar el modelo actual de producción para hacerlo más sostenible, tratando de implementar procesos que permitan alargar el ciclo de vida de los productos textiles, siendo en este sentido el ecodiseño un punto fundamental.

b. Técnicas o requisitos mínimos de ecodiseño

El ecodiseño es un conjunto de estrategias cuyo principal objetivo es ayudar a prevenir, reducir y/o minimizar el impacto ambiental de un producto. Estas estrategias se centran en distintos niveles dentro del ciclo de desarrollo de un producto, que son: conceptualización, fabricación, uso y final de la vida útil.

Las técnicas de ecodiseño pueden ser las siguientes:

1. Planificar

Esta fase es muy importante, ya que hay que pensar sobre la cantidad de recursos que consume el sistema de producción y las características de la prenda concreta. En esta fase se

deben decidir las acciones que permitirán reducir la cantidad de materiales necesarios para producir la prenda, la composición y la durabilidad de la misma.

2. Utilizar materiales de impacto reducido

Hay que asegurar que la composición de la prenda es óptima para el fin para el que ha sido concebida.

La opción de reutilizar materiales es perfecta siempre que sea posible. Si no lo fuera, se debería dar preferencia a los tejidos sin sustancias peligrosas y pensar detenidamente en el tipo de tintes a utilizar.

3. Optimizar la cadena de producción

Ya en la fase de fabricación del ciclo de vida del producto, hay que pensar en cómo reducir el impacto de los procesos asociados. Colaborar con los proveedores para tratar de mejorar las etapas de producción, utilizar técnicas de producción más limpia, minimizar el consumo de agua y el de energía, reducir al mínimo la cantidad de residuos generados y fomentar el reciclaje interno de los residuos.

4. Optimizar la distribución

Pensar en el impacto del envasado y el transporte. Minimizar la cantidad de envases en masa o volumen, utilizar envases reutilizables siempre que sea posible u otros de menor impacto. Optimizar las rutas para reducir el número de transportes y optar por vehículos/combustibles eficientes y de bajo impacto.

5. Reducir el impacto en el uso

Pensar en el uso que el consumidor podrá hacer del producto para intentar reducir el impacto derivado de dicho uso. Dar recomendaciones de uso y mantenimiento del producto para mantener sus cualidades intactas por más tiempo.

6. Optimizar la vida de la prenda

Aumentar la vida útil de la prenda, a través de la utilización de materiales de calidad, teniendo en cuenta factores de reparabilidad y disponibilidad de repuestos.

7. Optimizar el fin de vida

Llegará un momento en el que la prenda dejará de ser usada. Aquí es donde entran las estrategias tenidas en cuenta para reducir el impacto de los residuos que pueden producirse. Lo más importante, siguiendo un modelo de economía circular, es que dicha prenda que llega al fin de su ciclo sea el inicio del ciclo de otra. Por tanto, es necesario planificar cómo, una vez que finaliza la vida útil de un material, se puede reutilizar o reciclar para crear otro producto sin desperdiciar recursos. También es necesario pensar en la facilidad de desmontaje y separación de materiales para facilitar una correcta gestión final y aumentar su reciclabilidad.

El ecodiseño, una de las principales tendencias de moda sostenible, conlleva realizar un diseño pensando en el ciclo de vida de una prenda de vestir, mejorando sus oportunidades de vida útil en cada una de las fases de producción y consumo.

c. Reducción de Microplásticos

Una parte de la problemática ambiental es la generación de microplásticos, pequeños fragmentos, inferiores a 5mm no biodegradables. Considerados como contaminantes emergentes por la UE, el riesgo de los microplásticos radica en que su tamaño les permite atravesar las membranas celulares y acumularse en los organismos, produciendo una bioacumulación a lo largo de la cadena trófica hasta llegar a los seres humanos.

Una de las fuentes de emisión de los microplásticos son las microfibras de los productos textiles (es el ejemplo de las poliamidas o los poliésteres). Su emisión se produce tanto durante el proceso productivo como a lo largo de toda la vida útil de los productos a través de los procesos de lavado y secado del mismo. Los sistemas de depuración de aguas no son eficaces al 100% y muchos acaban en ríos y mares.

Se está investigando para desarrollar nueva tecnología que permita disminuir drásticamente la liberación de microplásticos, ya que supone un riesgo emergente no cuantificado en la actualidad, así como en tecnología de tratamiento de aguas capaz de retener los microplásticos antes de su liberación a ríos y mares. Si bien, hasta que este hecho se produzca, a través del ecodiseño de la prenda se podrá plantear la incorporación de materiales textiles alternativos siempre que sea posible. Ante esta situación, como recomendación a nivel de los consumidores hasta que esta tecnología se implemente, se puede dotar a las lavadoras de filtros que eviten esta liberación de microplásticos.

d. Efectos de la “Estrategia de la UE sobre los Productos Textiles Sostenibles y Circulares”

La Comisión Europea desarrollará requisitos vinculantes de ecodiseño específicos de cada producto y abordándose de manera integral abarcando todos los parámetros del producto para optimizar los productos textiles en términos de durabilidad, reutilización, reparabilidad, reciclabilidad “fibra a fibra” y contenido obligatorio de fibra reciclada, para minimizar y rastrear la presencia de sustancias peligrosas y para reducir los impactos negativos sobre el clima y el medio ambiente, creando una economía neutra en carbono y totalmente circular.

A estos aspectos, en el acuerdo provisional alcanzado en diciembre de 2023 del Reglamento sobre diseño ecológico para productos sostenibles y que se aprobará en 2024, se matiza una nueva prohibición directa de la destrucción de productos textiles y calzado no vendidos. A partir de su aprobación, el reciclaje de dicho excedente se considerará equivalente a una práctica de destrucción, y, por tanto, no permitida por la UE, de tal forma que las empresas deberán adoptar más y mejores prácticas de ecodiseño en el proceso de fabricación de los productos. Todavía está por determinar los productos sobre los que recaerá esta acotación del Reglamento y los diferentes requisitos de

ecodiseño y existirá un periodo transitorio para su adopción y del que quedan exentas pequeñas y microempresas.

En la actualidad se están definiendo productos objeto del Reglamento, entre ellos los del sector textil.

Destaca la necesidad de adoptar medidas para reducir el uso de materias primas y apoyando la producción de textiles innovadores más duraderos y eficientes a través de la creación de redes de centros de innovación y sostenibilidad textil, así como la investigación en materia de fibras artificiales, el reciclado de residuos y la valorización de residuos sintéticos en la industria textil.

Para ello, se prestará especial atención a la rentabilidad y proporcionalidad de las medidas, así como a la asequibilidad de los productos textiles. Asimismo, se incluirán criterios de ecodiseño en la compra pública, cuyo alcance se definirá tras una evaluación de impacto, así como requisitos relativos a los incentivos de los Estados miembros en relación con los productos textiles.

1.2. Nuevos Materiales

a. Reciclabilidad

La reciclabilidad es la capacidad que tienen los productos al final de su vida útil de ser reciclados.

Actualmente el reciclaje de ropa no es sencillo ya que una prenda puede estar compuesta de muchos componentes (p.e. cremalleras, botones, entretelas...), para lo cual la tecnología existente hoy en día, no está aún madura.

Antes de nada, es necesario tener en cuenta que las fibras con las que se elabora nuestra ropa se dividen en tres grandes categorías:

- Naturales: las fibras se extraen de animales o vegetales (algodón, lana, lino, cáñamo...)
- Sintéticas: las fibras se elaboran con materias primas procedentes de combustibles fósiles (nylon, licra...)
- Artificiales: fibras de origen natural que han sido sometidas a una transformación, (rayón, viscosa...)

Pero para determinar la sostenibilidad de un tejido no solo hay que tener en cuenta la naturaleza o categoría del tejido además hay que tener en cuenta otros factores, como su cultivo y extracción, la forma de procesado y su reciclabilidad final. Ya existe tecnología para reciclar las mezclas de algodón y poliéster, y a igualdad de calidad no supone coste adicional. No obstante, trabajar para garantizar la reciclabilidad de las mezclas que se utilizan es una tarea que nos afecta a todos, fundamentalmente de cara a la constitución y puesta en marcha del SCRAP textil que, entre otras obligaciones, tratará de recuperar un alto porcentaje de los residuos textiles a través de su reciclaje.

Fibras diferentes tienen diferentes capacidades de reciclaje. Por ejemplo, las fibras naturales como la lana o el algodón se pueden reciclar de manera mecánica. En este proceso la tela es triturada y

reconvertida en nueva fibra a partir de la cual se puede volver a tejer. Es cierto que las fibras se van acortando a medida que se trituran, lo cual da como resultado una tela de menor calidad, por ello el algodón reciclado se termina mezclando con algodón virgen para asegurar un hilado de mejor calidad.

b. Materiales biodegradables

Los materiales biodegradables, según su propia definición, son aquellos que pueden descomponerse en el ambiente de forma natural en un corto periodo de tiempo. Esto incluye aquellos materiales que, per se, son de origen natural y biológico, como por ejemplo las fibras celulósicas (derivadas de la corteza vegetal de las plantas), el cáñamo, el algodón, el lino o la lana, entre otros.

La ventaja ambiental del uso de fibras naturales en la industria textil reside en su mayor facilidad de descomposición y reintegración en la naturaleza como residuos, así como su reciclabilidad.

La plantación, obtención y transformación controlada de este tipo de fibras asegura que los recursos empleados se están regenerando de forma sostenible, por eso es importante seleccionar fibras naturales que cuenten con certificaciones, tales como la certificación forestal PEFC o FSC en cuanto a las fibras celulósicas, o GOTs para algodón orgánico.

c. Materiales reciclados

Los materiales reciclados son aquellos que proceden de los residuos de productos anteriormente utilizados y que pueden volver a transformarse en nuevos productos, permitiendo crear una circularidad en la cadena de valor textil. Esto reduce el consumo de materias primas, reduciendo la presión sobre los recursos naturales al alargar su vida útil. Actualmente el reciclaje textil más eficiente es aquel que solo incluye un tipo exclusivo de fibra, lo que limita la selección y reciclado en cuanto a la composición de prendas mixtas, pero se están desarrollando pioneras tecnologías que permiten el reciclado de la prenda con mezcla de fibras.

El reciclado es, por el momento, una opción para disminuir el consumo de materias primas nuevas y gestionar los residuos actuales.

d. Materiales de desechos de procesos productivos

Existen diversos tejidos procedentes del residuo de procesos productivos, principalmente, de industrias alimentarias, como por ejemplo las pieles de naranja, de manzana, de plátano, de piña, de café o a partir de la cafeína de la leche o el almidón de maíz. Algunos nombres comerciales de estos tejidos son: Piñatex, Apple Peel Skin, Agraloop, etc.

Estos tejidos permiten la circularidad de los residuos compostables, así como su gestión efectiva y funcional, reduciendo la necesidad de consumo de materias primas y otorgando a los tejidos finales propiedades similares a los tejidos biodegradables, pues proceden, igualmente, de componentes

naturales. Además, los procesos productivos tienen bastante eficiencia, por ejemplo, para la producción de un vestido de fibras derivadas de la cafeína de la leche, se consumen tan solo 6 L de leche, reduciendo, a su vez, la huella hídrica, aspecto que es un problema actual en los procesos húmedos de producción textil.

Igualmente, es importante estudiar en detalle los procesos productivos de estas nuevas fibras para evitar la proliferación de procesos contaminantes en la fase de fabricación o el uso intensivo de energía.

e. Materiales “in vitro”

Los textiles elaborados “in vitro” son aquellos realizados “ad hoc” en el laboratorio a través de diferentes tecnologías que involucran a microorganismos como bacterias, levaduras o arañas. Son tejidos que mejoran las características físicas de los ya existentes, pero cuyo aspecto no difiere demasiado de ellos. Por ejemplo, existe celulosa bacteriana, cuero de colágeno, hilo de seda de araña o tejido de micelio, entre muchos otros.

Los principales beneficios ambientales de estos materiales es que son biodegradables, reciclable, no consumen recursos y reducen la presión sobre las tierras (a partir de una mínima cantidad de microorganismos en el laboratorio se pueden obtener grandes cantidades de tejido), minimizan los residuos y las emisiones de gases de efecto invernadero.

El inconveniente de estos tejidos es su incipiente introducción en el mercado y sus altos costes, pero a medida que se desarrolle la tecnología y se optimice su producción, podrán introducirse como alternativa a los tejidos convencionales.

f. Nuevos materiales y prevención de riesgos emergentes ambientales, laborales y para los consumidores

Hay un interés creciente por parte de los distintos organismos y entidades de relevancia, tanto público como privado, en la identificación de los denominados riesgos nuevos y emergentes (RNE) en materia de prevención de riesgos laborales. Riesgos, que son consecuencia de distintas variables cambiantes del trabajo, de los distintos avances científicos y tecnológicos, nuevas tendencias del empleo, etc. En el sector de la moda los cambios en los procesos productivos y el uso de nuevos materiales, como en otros muchos sectores, va a llevar aparejados cambios que desde el ámbito de la seguridad y salud deben ser identificados para la correcta evaluación de los riesgos derivados.

En la actualidad existen pocos estudios al respecto, pero parece lógico y obligado que se empiece a trabajar lo antes posible en la identificación de estos nuevos riesgos emergentes para cumplir tanto con las obligaciones legales como para proteger a los trabajadores y las trabajadoras a pesar de que no existen evidencias concretas.

Es el caso por ejemplo de los nanomateriales, los cuales presentan unas propiedades químicas y físicas específicas que está dando lugar a un incremento de sus aplicaciones en el sector textil al aportar nuevas funcionalidades y mejorar la calidad de los productos. Sin embargo, su introducción en el sistema productivo podría suponer un riesgo potencial para los trabajadores y trabajadoras.

Sería necesario a nivel sectorial hacer un mapeo de los nuevos materiales que se están introduciendo, de los nuevos procesos industriales o la modificación de la organización del trabajo como posibles fuentes de nuevos riesgos emergentes.

2. APRENDIZAJES

- **Certificación de la cadena de valor textil** en el uso de materiales biodegradables celulósicos. Ejemplo de cadena de producción textil trazada: Lenzing-Textil Santanderina-EcoVisc
- **Venta en pequeñas cantidades** de tejidos elaborados con nuevos materiales. Por ejemplo, ya existe al alcance de las pequeñas empresas la plataforma SU&PER de Textil Santanderina S.L.

3. RECOMENDACIONES

- **Implantar formación sobre ecodiseño y elección óptima de materiales**, enfocado a las grandes y a las pequeñas producciones, desde el primer planeamiento del diseño, hasta la venta final del producto textil.
- **Trazabilidad** de los materiales a lo largo de la cadena de suministro textil para asegurar su clasificación para el reciclaje.
- **Ayudas a pymes y micropymes** para la implantación de cuestiones de sostenibilidad y ejecución de las exigencias derivadas de las normativas europeas.
- **Estudio para la medición de impactos ambientales y consumos** (energéticos, hídricos, de recursos, GEI, microplásticos, residuos, etc.) de cada proceso textil con cada uno de los tipos de materiales existentes
- **Financiación de centros de investigación textil para la optimización de procesos**