

Sostenibilidad en la Producción y Consumo de fibras textiles.

Roberto Cardellino (Delta Consultores)

Raul Richero (Richero y Asociados)

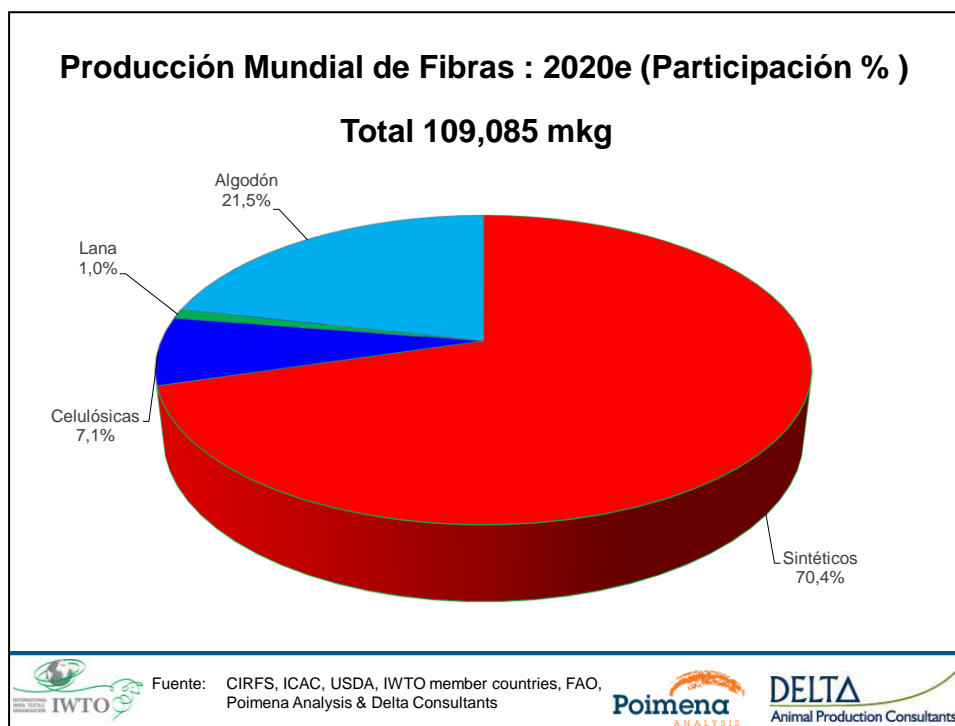
José Luis Trifoglio (Delta Consultores)

Producción

La producción Mundial de fibras textiles alcanzó la cifra de 109.098 millones de kg en el año 2020, mientras que en el mismo año el consumo fue de 103.433 millones de kg, según estimaciones de **IWTO** en 2021.

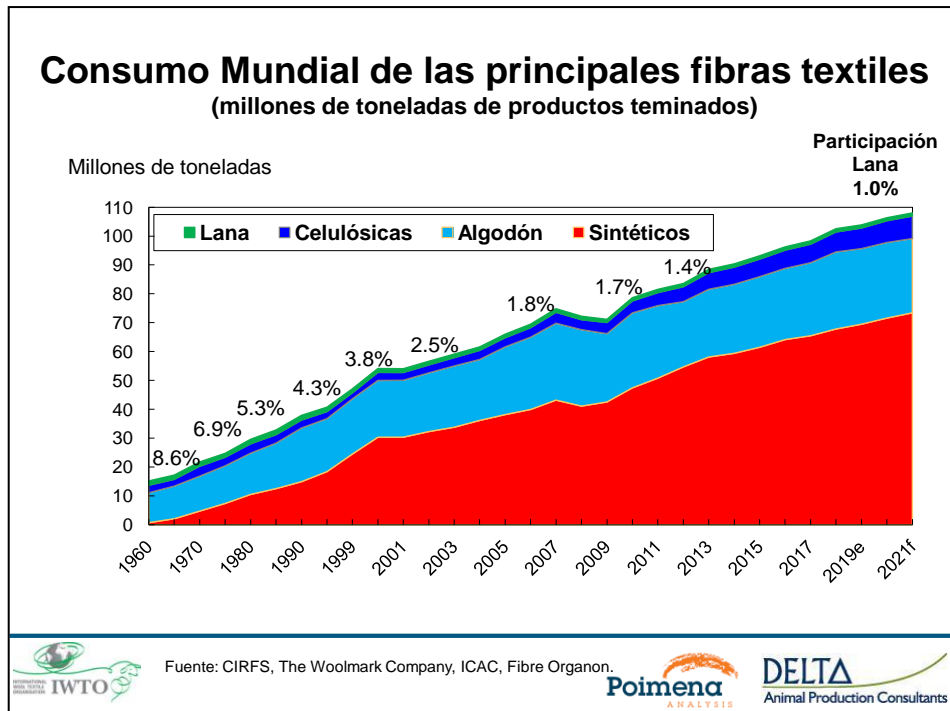
La gráfica 1 muestra el consumo de los diferentes tipos de fibras que entran en el proceso textil. Los datos indican que la mayor parte (70.4%) corresponde a fibras sintéticas derivadas del petróleo, seguidas del algodón (21.5%), las fibras celulósicas derivadas de la madera (7.1%) y finalmente la lana con un 1%.

Gráfica 1



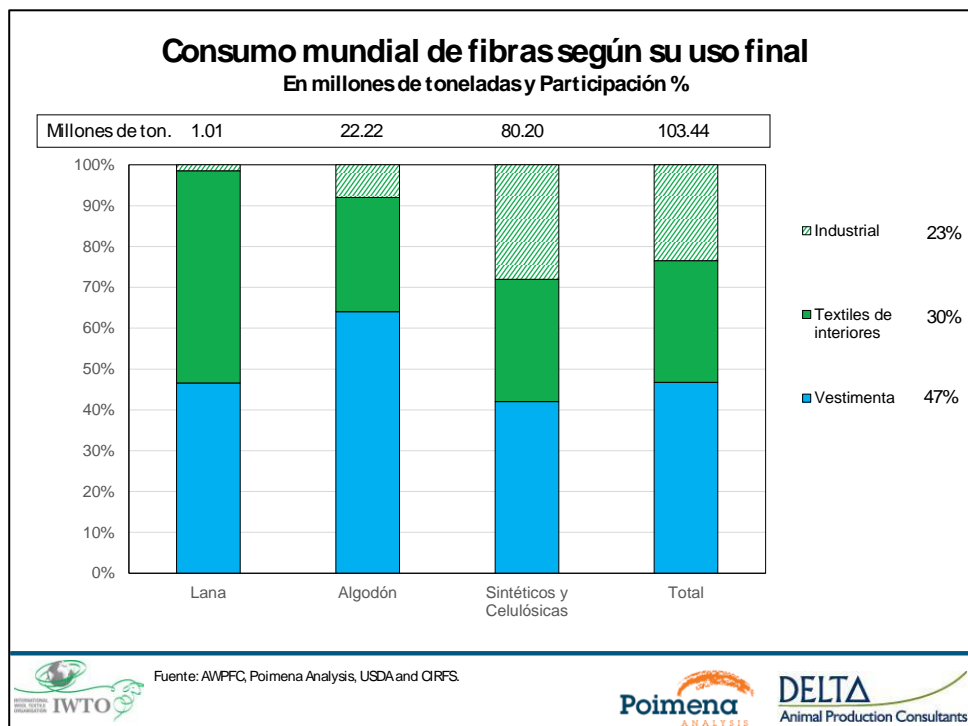
La evolución de la producción de fibras a partir del año 1960 (ver gráfica 2) muestra un incremento muy marcado en la producción de fibras sintéticas y una reducción significativa en la participación porcentual de las fibras naturales, como el algodón y la lana.

Gráfica 2



La participación de las diferentes fibras en diferentes usos finales indica que en promedio, un 47% se utilizan en la fabricación de vestimentas, un 30% en textiles de interior (alfombras, tapicería) y 23% en usos industriales (IWTO, 2021).

Gráfica 3



Las fibras sintéticas derivadas de la industria petroquímica incluyen: poliéster, polipropileno, nylon, acrílico, elastano. El grupo de fibras de celulosa modificada está formado por el rayón viscosa, el acetato de celulosa y el Tencel, que provienen de plantaciones de árboles certificadas y comercialmente sustentables.

Cuando las prendas confeccionadas con fibras sintéticas se lavan, desprenden fibras microplásticas que entran en la descarga de aguas residuales de industrias y hogares y son arrastradas a diversos cursos de agua, pudiendo llegar al agua de riego de producciones agrícolas. Las fibras sintéticas provienen del petróleo, que constituye una fuente no renovable y altamente contaminante. Es bien sabido que la industria automotriz avanza velozmente hacia el transporte eléctrico, para reducir la contaminación producida por los derivados del petróleo.

A diferencia de las fibras naturales como el algodón y **la lana**, las fibras sintéticas no son biodegradables. Todo el poliéster fabricado desde que esta fibra se comenzó a usar está aún en el planeta, principalmente en forma de microfibras que acaban en los cursos de agua y en los océanos y que constituyen el primer contaminante, seguido de las cubiertas de vehículos.

Las fibras naturales pueden ser de origen vegetal (algodón y lino), con una producción anual de 28.884 millones de kg, o también, de origen animal, siendo la lana la más importante de éstas, con 1.031 millones de kg, seguido de la seda con 179 millones de kg, y las producidas por otros animales que en total suman 49 millones de kg. El total de producción de fibras animales es de 1.259 millones de kg.

En un escenario de preferencias del consumidor por fibras de origen natural, la que tiene mayores posibilidades de expansión es el algodón. Las fibras naturales de origen animal tienen una capacidad de crecimiento muy restringido y lento en el mejor de los casos.

Impacto ambiental de la industria de la moda

Tal como se indica en la Gráfica 3, prácticamente la mitad del consumo de fibras textiles se destina a la vestimenta (47%).

Entre el 2000 y el 2015, la producción mundial de vestimenta se duplicó y el consumidor promedio adquirió 60% más prendas, pero la vida útil de cada prenda de ropa se redujo a la mitad. Estos valores de crecimiento se mantuvieron hasta el 2020, con un aumento del 21% en el consumo de vestimentas entre 2015 y 2020.

La fuerza motriz de la cadena de valor de textil/vestimenta la constituyen los distribuidores globales de vestimenta. Están presentes en todos los mercados y tienen la capacidad de determinar qué fabricar, donde hacerlo y a qué precio ponerlo a la venta.

El modelo Fast Fashion, o “moda rápida”, está basado en incitar a los consumidores a la adquisición constante de nuevos productos de vestimenta desechando la que posean mucho antes de agotar la vida útil de las prendas de ropa.

Produciendo vestimenta a costos mínimos, con poca ética comercial ni derechos de los trabajadores, las grandes empresas de distribución, se mueven en el escenario global ofreciendo diseños a precios muy bajos e impactando de forma directa en las preferencias de los consumidores, mediante sofisticados algoritmos que miden preferencias y tendencias en tiempo real.

La “Moda Rápida” es responsable de una amplia gama de efectos negativos en el ámbito social, económico y ambiental. Pero el costo de estar siempre a la moda es mucho más caro que el precio monetario que pagamos por ello. Varios estudios previos al 2020 subrayaron la importancia de apartar a la industria de la tendencia imperante, garantizando que la vestimenta se fabrique de la manera más sostenible y ética posible.

Pese a estadísticas muy desalentadoras, parecía que, hasta el comienzo de la actual pandemia, existía una corriente de concientización creciente entre productores y consumidores respecto a la necesidad de integrar principios de sustentabilidad y ética en el modelo de negocio de la moda.

En los cuatro años transcurridos entre el 2015 y el 2019, la cantidad de prendas y accesorios de vestimenta descritos como “sostenibles” se ha cuadruplicado en los grandes mercados consumidores de Europa y América del Norte. Marcas de primera línea como Balenciaga, Gucci, Prada y Burberry han agregado descripciones de certificación ambiental a muchos de sus productos de lujo.

Varias empresas han comenzado a cuantificar el impacto medioambiental de su cadena de abastecimiento con la intención de adoptar correcciones para disminuirlo. Pero el problema siguió creciendo más rápido que las soluciones. El aumento en la producción de vestimenta continuó siendo muy alto hasta finales del 2019 por lo cual su impacto sobre el medio ambiente ha empeorado significativamente.

Se requieren 7500 litros de agua para producir unos jeans, que equivale al consumo de un ser humano a lo largo de siete años, mientras que el sector

de la vestimenta usa 93.000 millones de metros cúbicos de agua cada año, una cantidad suficiente para que sobrevivan 5 millones de personas.

La industria de la moda es responsable del 20% del desperdicio total de agua a nivel global. En algunos países es obligatorio el proceso de purificación y tratamiento de efluentes.

Los 12 meses de pandemia han traído: confinamiento, teletrabajo, cierre de puntos de venta, cambios en la conducta de los consumidores, incertidumbre y un importante incremento del consumo online. El comercio electrónico creció en 12 meses lo que proyectaba crecer en cinco años.

El escenario del consumo ha recibido tal impacto, que las predicciones sobre tendencias de consumo de vestimenta hechas en 2019 dejaron de tener validez. Al mismo tiempo, no hay datos suficientes en los cuales basar nuevas predicciones. La curva de consumo 2020/2030 aún tiene un “perfil incierto”.

Ante un panorama como el descrito, cada vez más consumidores se cuestionan si otra moda es posible y si cabe en el futuro una nueva forma de relacionarse con la ropa.

La industria vive, en definitiva, una oportunidad de cambio creativo para ofrecer nuevos valores y servicios a sus clientes, relanzando la esencia y propósito de cada marca en conexión con los objetivos estratégicos señalados.

Por su parte, los consumidores tienen la oportunidad de reflexionar sobre sus hábitos de consumo y estilo de vida y de estudiar las propuestas que les ofrezcan las marcas.

Pero nadie puede ya cuestionar es que el sector necesita un “reset” profundo, en consonancia con la nueva sensibilidad hacia las personas y el planeta recogida en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. La moda seguirá existiendo como medio de expresión y relación con nuestro entorno, pero la crisis de estos últimos años conducirá a explorar nuevos caminos por parte de todos.

Mayo de 2021