Entrevista: Juan Parés e Ignacio Sierra

entrevista

“La sostenibilidad es tendencia y obligación para el sector de la moda”

Juan Parés, presidente del Observatorio Textil y de la Moda

Juan Parés e Ignacio Sierra

Observatorio Textil y de la Moda

El sector textil español presentó a las diferentes Administraciones Públicas en 2021 un Plan de Transformación de carácter integral. Para su impulso constituyó en noviembre de ese mismo año el Observatorio Textil y de la Moda (OTYM), instrumento de transformación sectorial sobre los principios de sostenibilidad y circularidad enmarcados en la estrategia 2030. Actúa como foro de reflexión estratégica, espacio de cooperación empresarial y entidad de coordinación público-privada para impulsar la transformación de toda la cadena de valor; y así lo entienden sus dos organizaciones miembro de pleno derecho —Confederación Moda España y Consejo Intertextil Español—, que encuentran en el este observatorio una herramienta instrumental para coordinar sus acciones con las administraciones en sus decisiones de carácter social, político, económico, tecnológico y medioambiental, para que éstas sean favorables al desarrollo sostenible de las empresas, equipos humanos, clientes, proveedores y colaboradores. El observatorio aglutina además a un club de empresas, centros tecnológicos y de investigación y otras entidades afines ampliamente comprometidas con la circularidad, sostenibilidad y descarbonización del sector textil y moda español.

Dialogamos con su presidente Juan Parés, CEO de Textil Santanderina, y con el vicepresidente del observatorio, Ignacio Sierra, director general de Tendam, uno de los principales grupos omnicanal de Europa en el sector de moda especializada y compañía miembro del Consejo Asesor del Observatorio, junto a Mango e Inditex.

— Instigado por el cambio climático, el sector del textil se enfrenta al cambio de abandonar el modelo lineal de producción y consumo por estrategias circulares, ¿la sostenibilidad está de moda?

Juan Parés: —Sí, la sostenibilidad está de moda y es una necesidad urgente en el sector textil. Con la creciente conciencia sobre el cambio climático y el impacto ambiental de la industria, las empresas están adoptando estrategias circulares para reducir residuos y emisiones. Estas incluyen el reciclaje de materiales, el uso de fibras sostenibles y la implementación de modelos de negocio basados en la reutilización y el alquiler de ropa. Los consumidores también están más informados y demandan productos más ecológicos, lo que impulsa a las marcas a ser más responsables. En resumen, la sostenibilidad no solo es una tendencia, sino una obligación para el futuro de la moda.

Ignacio Sierra: —En efecto, la reingeniería es necesaria y ya ha empezado desde el ecodiseño al fin de ciclo de vida. Afortunadamente, y en el ámbito del cumplimiento voluntario, el sector en España ha sido de los más avanzados en todos los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza o ESG por sus siglas en inglés.

Ignacio Sierra, vicepresidente del Observatorio Textil y de la Moda

Entrevista: Juan Parés e Ignacio Sierra

— ¿Cuáles son los objetivos del Observatorio del Sector Textil y de la Moda?

IS —El Observatorio del Sector Textil y de la Moda tiene como objetivos principales analizar y evaluar las tendencias del mercado, promover la innovación y la sostenibilidad y proporcionar datos y estudios que ayuden a esta industria a adaptarse a los nuevos desafíos. Y, además, busca fomentar la colaboración entre empresas, instituciones y organismos públicos para impulsar la competitividad del Sector del Textil y de la Moda.

JP —Y, a su vez, debe ir enfocándose progresivamente en identificar oportunidades de crecimiento y desarrollo, así como en apoyar la formación y capacitación de nuevos profesionales para mejorar la calidad, circularidad y sostenibilidad de la producción textil y de moda.

— ¿Qué tendría que replantearse el sector? ¿Cuáles son los retos? ¿Y los riesgos?

JP —Este sector textil debe replantearse su modelo de producción enfocándose en la sostenibilidad y la digitalización. Entre los retos podríamos incluir el ecodiseño, la descarbonización y la incorporación de la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia y reducir el impacto ambiental. Sin embargo, estos cambios conllevan riesgos, como altos costos iniciales, la necesidad de nuevas habilidades y la posible pérdida de competitividad. Las empresas deben equilibrar la innovación con la viabilidad económica. Las nuevas prácticas, tecnologías y comunicación deben ser accesibles, transparentes y beneficiosas a medio y largo plazo.

— Y más en concreto en el sector ambiental, ¿cuáles son los principales retos a hilvanar?

JP —Los principales retos ambientales del sector en su conjunto incluyen la reducción de gases de efecto invernadero, la gestión sostenible del agua, el control de químicos tóxicos y la minimización de residuos en vertederos. La Industria debe implementar prácticas de producción más limpias, utilizar tecnologías para reciclar agua y reducir el uso de productos químicos dañinos.

IS —El reciclaje de residuos industriales lleva haciéndose desde hace tiempo. Ahora es crucial promover el reciclaje, valorización o reutilización de prendas textiles disminuyendo los residuos posconsumo. Abordar estos desafíos requiere, sin duda, colaboración entre empresas, gobiernos y organizaciones ambientales para desarrollar soluciones efectivas y sostenibles.

> **El Observatorio del Sector Textil y de la Moda analiza y evalúa las tendencias del mercado promoviendo innovación y sostenibilidad**

> **Los consumidores también están más informados y demandan productos más ecológicos, lo que impulsa a las marcas a ser más responsables**

— Se enfrentan a una oleada legislativa sostenible: ¿a qué obliga al sector?, ¿qué cambios introduce en las actuales reglas del juego?

JP —Las nuevas normativas obligan al sector textil y de la moda a adoptar prácticas más ecológicas y responsables. Los cambios incluyen la reducción de emisiones de CO_2, la gestión eficiente de recursos, el uso de materiales reciclables y una mayor transparencia en las cadenas de suministro.

IS —La legislación también exige la implementación de políticas de recogida selectiva textil, reutilización o reciclaje de residuos para su valorización, abordando, de este modo, una mayor responsabilidad de los productores de materia en la minimización de residuos.

JP —Podríamos concluir que las empresas deben adaptarse a estas nuevas reglas del juego, invirtiendo en tecnologías limpias, mejorando la trazabilidad de sus productos y colaborando con otras entidades para cumplir con los estándares ambientales y sociales establecidos.

— ¿Consideran ustedes que hay hiperregulación? ¿Es beneficioso?

JP —Existe un debate sobre si hay exceso de normativa en el sector textil. Algunos consideran que la gran cantidad de iniciativas legislativas puede ser excesiva y complicar la operatividad de las empresas, especialmente para las pymes. Sin embargo, estas regulaciones son vistas por otros como necesarias para garantizar la responsabilidad ambiental de esta industria.

IS —Siempre deben evaluarse ampliamente las consecuencias de cualquier paquete legislativo sobre el mercado, consumidores, administraciones y sectores económicos. A veces es mejor incentivar que regular, observando tendencias en el medio y largo plazo. La legislación va a generar costos adicionales, va a exigir inversiones importantes y, por supuesto, va a requerir cambios significativos en los cuatros ámbitos anteriores. De ahí que el ritmo aplicativo, las exigencias normativas y las reciprocidades comerciales sean factores importantes.

JP —Es cierto que las regulaciones pueden fomentar prácticas más sostenibles conduciendo a una mayor innovación y competitividad a medio y largo plazo. El desafío es encontrar un equilibrio que proteja el medio ambiente sin asfixiar a las empresas para que esto pueda llevarse a cabo con éxito.

Segundo Taller Laboratorio de ideas TT@OTYM 2024 del Observatorio Textil y Moda

— Juan... Textil Santanderina lleva la impronta del negocio familiar en su ADN; su padre dijo que "un empresario es una persona que cabalga sobre un león del que no puede bajar nunca porque, si lo hace el león, se lo come". En el nuevo escenario, ¿hay más riesgo de que coman los leones o más oportunidades?

JP —En este nuevo escenario hay tanto riesgos como oportunidades. Y esta mayor exigencia normativa europea en materia de sostenibilidad puede parecer como leones listos para devorar a las empresas que no se adapten rápidamente. Sin embargo, estas mismas circunstancias abren oportunidades para la innovación, el desarrollo tecnológico y la creación de nuevos modelos de negocio.

Podemos lograr un mayor liderazgo internacional. Las empresas que consigan adaptarse y adelantarse a los cambios legislativos y de mercado podrán prosperar. Las pymes, en particular, deben ser ágiles y buscar apoyo financiero, tecnológico y formativo para mantenerse competitivas en este entorno cambiante. Las administraciones públicas deben apoyar esta transformación.

— ¿Los políticos se están subiendo con ustedes a esa pasarela circular?: ¿hay colaboración?

IS —Sí, cada vez más políticos se están subiendo a la pasarela circular, mostrando una mayor disposición a colaborar con el sector textil y moda para promover su sostenibilidad Esta colaboración se manifiesta en el fomento de un mayor número de prácticas ecológicas y el apoyo a iniciativas que impulsan sus cadenas de valor circulares.

Sin embargo, la eficacia de esta colaboración varía y, a veces, la implementación de estas prácticas puede ser insuficiente. Para maximizar el impacto de las políticas públicas es crucial que Gobiernos e Industria trabajen juntos de manera estrecha y, por supuesto, coordinada.

> **La circularidad en el textil abre un mundo de oportunidades, incluyendo nuevos modelos de negocio como el alquiler de prendas**

> **La colaboración entre el Gobierno y la industria es vital para fomentar innovación, sostenibilidad y competitividad**

Debemos asegurarnos de que las políticas públicas sean prácticas y efectivas. Y, al mismo tiempo, que se vean reforzadas la calidad de la norma, la seguridad jurídica de los operadores y las fortalezas tanto públicas como privadas para lograr los objetivos compartidos por todos los diferentes actores sectoriales europeos en materia de sostenibilidad social, económica y medioambiental.

— Sin embargo, no ha habido acuerdo para aprobar un PERTE exclusivo para el sector textil. ¿Esperan que se llegue a él en algún momento?

JP —Nos hubiera gustado contar con un PERTE exclusivo para el sector textil y moda. Y esperamos que eventualmente se llegue a nuevos acuerdos para abordar más decididamente los enormes desafíos que enfrentamos. Hemos de agradecer, en cualquier caso, la dotación de 100 millones de euros en el PERTE de Economía Circular del Ministerio de Transición Ecológica para circularidad textil.

La falta de un PERTE para el sector es, actualmente, una oportunidad perdida. Pero, con un enfoque europeo evidente en circularidad, sostenibilidad y descarbonización, es probable que la necesidad de tal acuerdo sea reconocida y abordada en un futuro cercano. También porque la Industria precisa de avances continuados, no sólo en productos más sostenibles, sino también en productos de mayor valor añadido, para incrementar su competitividad. Y, por supuesto, con procesos ecoeficientes. Y esto va a requerir de fuertes inversiones en el medio y largo plazo, y no sólo adaptativas, sino en investigación, desarrollo tecnológico e innovación empresarial.

IS —Nos preocupa, sin embargo, que estos fondos vengan mediatizados por normas, directrices o reglamentos alejados de la realidad sectorial. Este tipo de planes estratégicos deberían proporcionar los recursos, estructuras y, también, las metodologías más apropiadas para fomentar la innovación, sostenibilidad y competitividad en el sector, por lo que una fuerte colaboración entre el Gobierno y las empresas textiles y de la moda es esencial para alcanzar estos objetivos.

— ¿Cómo valoran la iniciativa colectiva de responsabilidad ampliada del productor impulsada por la Asociación para la Gestión del Residuo Textil?

IS —La iniciativa de responsabilidad ampliada del productor (RAP) impulsada por la Asociación para la Gestión del Residuo Textil es un paso crucial hacia la sostenibilidad en el Sector. Esta iniciativa responsabiliza a los productores por el ciclo de vida completo de sus productos, incentivando el diseño de productos duraderos y reciclables. Valoro positivamente esta medida, ya que promueve la reducción de residuos textiles y fomenta prácticas de producción más sostenibles.

Debate sobre la Directiva de Diligencia Debida impulsado desde la Comisión Jurídica del Parlamento Europeo

JP —Además, la RAP puede estimular la innovación, el desarrollo tecnológico y la colaboración entre empresas, centros de investigación e industrias afines en diferentes áreas para desarrollar, conjuntamente, soluciones eficientes y ecológicas, beneficiando tanto al medio ambiente como a la industria.

IS —Es importante que haya, al mismo tiempo, una clara armonización legislativa europea. Pues, sobre esta base, la capacidad actual de la Industria española en reciclado textil puede permitirnos tomar una posición de liderazgo en toda Europa.

— ¿Qué mundo de oportunidades hay dentro de la circularidad del textil? ¿Aparecerán nuevos modelos?... ¿Cuáles?

IS —La circularidad en el textil abre un mundo de oportunidades, incluyendo nuevos modelos de negocio como el alquiler de prendas, la reventa de productos de segunda mano y su reciclado al final de su vida útil. Las empresas pueden innovar en el ecodiseño creando productos duraderos, más fáciles de reciclar e, incluso, con fibras recicladas.

JP —Es interesante pensar en España como una excelente localización para impulsar una nueva industria de cabecera procedente del reciclado de productos textiles con múltiples usos. También propiciara el desarrollo de tecnologías avanzadas para el reciclaje fibra a fibra.

IS —La adopción de la economía circular no solo mejora la sostenibilidad del sector, sino que también puede aumentar la lealtad del consumidor, ofreciendo una ventaja competitiva a las empresas que lideren este cambio.

— ¿En esta apuesta sostenible se necesitan nuevas uniones con otras entidades como las compañías energéticas?

JP —Sí, en la apuesta por la circularidad, sostenibilidad y descarbonización, es crucial establecer nuevas alianzas con compañías tecnológicas, energéticas o químicas y otras entidades afines. Colaborar con empresas energéticas puede facilitar el acceso a fuentes de energía renovable y mejorar la eficiencia energética en la producción textil. Además, trabajar con organizaciones de reciclaje, tecnología y digitalización puede acelerar el desarrollo de procesos sostenibles impulsando, al mismo tiempo, su trazabilidad. Estas uniones permiten compartir conocimientos, recursos y tecnologías innovadoras, potenciando los esfuerzos hacia una economía circular y reduciendo el impacto ambiental de la industria textil.

— Si hablamos de cambio climático... ¿La meteorología está afectando al sector textil?

JP —Sí, el cambio climático y la meteorología están afectando significativamente al sector textil. Las sequías e inundaciones impactan la producción de materias primas como el algodón, mientras que las temperaturas extremas pueden interrumpir las cadenas de suministro. Además, los fenómenos meteorológicos extremos aumentan los costos de transporte y logística.

IS —Y, por supuesto, pueden acabar influyendo sobre los comportamientos de compra si nos centramos en moda. En general, estos cambios están obligando al sector a adaptarse, buscando fuentes alternativas de materias primas, desarrollando procesos de producción más resilientes y evaluando los comportamientos de compra del consumidor en sus mercados internacionales. La creciente conciencia sobre el clima puede impulsar una mayor demanda de productos sostenibles por parte de los consumidores.

— El empleo, la producción y la facturación del sector cayó en 2023... ¿La apuesta por un sector más sostenible ayudará a revertir la situación?

JP —La apuesta por un sector más sostenible tiene el potencial de revertir la caída en empleo, producción y facturación en el sector textil. Al adoptar prácticas sostenibles, las empresas pueden abrir nuevos mercados y atraer consumidores conscientes del medio ambiente.

✎ **Charo Barroso,** *directora de Ambienta*