



SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA TEXTIL: ¿TENDENCIA Ó CAMBIO DE HÁBITOS?

Posted on 30. abril 2023

Sostenibilidad en la industria textil: ¿Tendencia ó cambio de hábitos?

Antecedentes

En la década de los 80s, con el objetivo de abaratar costos, los grandes empresarios de la industria de la moda empezaron a mandar a confeccionar sus prendas de vestir en „países del tercer mundo“ como se les decía en esa época. Esto podría suponer una oportunidad de empleo para muchas personas, sin embargo, aprovechando el bajo nivel de empleabilidad en estos países, a los trabajadores se les pagaba el mínimo, no se respetaban sus derechos laborales como un horario de no más de 8 horas o un seguro médico, sumado a las precarias condiciones de infraestructura en las que debían trabajar. Por supuesto en esas épocas no se hablaba del tema y la gente sólo compraba la ropa en los grandes almacenes sin saber en qué condiciones sus prendas fueron confeccionadas.



Copyright [freepic.diller](https://www.freepik.com) on Freepik

Hace 10 años, la tragedia del derrumbe del Rana Plaza ocurrido en Bangladesh, puso en evidencia esta lamentable realidad en la industria textil. El Rana Plaza era un edificio de 8 pisos que era ocupado principalmente por fábricas textiles. La tragedia dejó un saldo de más de 1,120 muertos y más de 2,500 heridos. Pero América Latina no se salva de esta triste realidad, en países como Nicaragua, Honduras, Guatemala o el Salvador existen las famosas „zonas francas“ o como el sector las llama „zonas económicas especiales“ en las cuales la regulación laboral es menos estricta que en países desarrollados, existen incentivos fiscales y por supuesto mano de obra barata y no sindicada.

Problema social y ambiental

Esta lamentable situación no sólo significa un problema social. Cabe resaltar que al contar con mano de obra barata, los empresarios se pueden dar el lujo de ofrecer precios rebajados, es por eso que se pueden encontrar en el mercado vestidos por tan sólo € 4 euros o su equivalencia (al cambio de la moneda). Al tener la gente acceso a prendas tan baratas se genera el „fast fashion“ o la „moda rápida“, en la cual ya no se piensa en fabricar colecciones de estación. Su único objetivo es producir a bajo costo todo lo que se pueda para vender la mayor cantidad posible. Si en el año 2000 se fabricaban 50,000 millones de prendas, ahora, más de 20 años después, se fabrica el doble. Esta producción a bajo costo merma la calidad de los productos lo cual los convierte en desechables. Como bien sabemos, todo producto que se desecha rápidamente afecta directamente al medio ambiente por la cantidad de recursos empleados.

El proceso de la elaboración de las telas y la fabricación de las prendas genera un gran impacto ambiental por los residuos tóxicos generados por los tintes industriales y por la gran cantidad de agua que consume. Según la ONU Medio Ambiente para la elaboración de un jean se requieren 7,500 litros de agua, cantidad que serviría para satisfacer la sed de una persona en siete años.



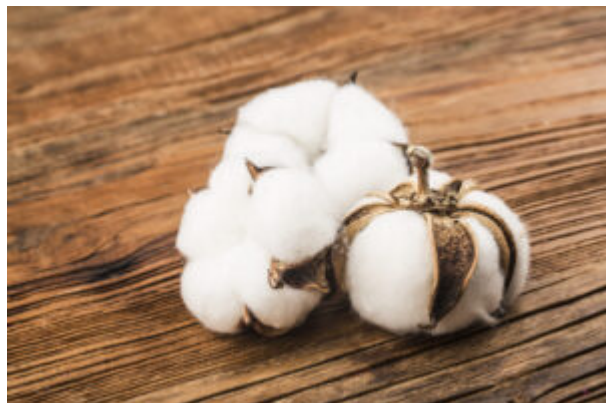
Copyright [macrovector](#) on Freepik

Según los datos publicados por ONU Medio Ambiente y la Fundación Ellen MacArthur cada año la industria textil usa 93,000 millones de metros cúbicos de agua, cantidad que podría cubrir las necesidades de consumo de agua de 5 millones de personas. Por otro lado, un 20% de las aguas residuales a nivel mundial provienen del teñido y tratamiento de textiles. Así mismo, los datos indican que el 87% de las fibras que se usan para confeccionar prendas se incinera o va a parar a un vertedero y el 60% se desecha antes de haber cumplido un año de elaboración. Este sector genera el 10% de las emisiones de carbono en todo el mundo y cada año se vierten medio millón de toneladas de microfibras al mar, el equivalente a 50,000 millones de botellas de plástico. El problema de esto es que las microfibras no se pueden extraer del agua y pueden afectar las cadenas alimenticias.

Tendencias en la moda

Como hemos podido observar, la industria textil no sólo genera un problema social, sino también ambiental, es por eso que a partir de la década del año 2,000 se comenzó a hacer popular el tema de la sostenibilidad en este sector.

Actualmente, reconocidas marcas de la moda están comprometidas con la aplicación de buenas prácticas sociales y ambientales en toda la cadena de valor. Las marcas locales en cada región también están comprometidas con el cuidado del medio ambiente. Están enfocadas en la utilización de insumos de origen natural tanto para las fibras como para los tintes, así como el uso de materiales reciclados.



Copyright [dashu83](#) on Freepik

Dichas marcas también deben transmitir confianza en el consumidor, no basta con decir que son sostenibles, deben demostrarlo. Existen muchas empresas que hacen uso del famoso „greenwashing“ o „lavado verde“, el cual es la mala praxis de aparentar ser sostenible y amigable con el medio ambiente cuando en realidad no lo son.

Retos de la industria textil y el papel del consumidor

Uno de los mayores retos para la industria textil sostenible son los costos. La premisa principal de la moda sostenible es conservar el precio, diseño y calidad de las prendas siendo amigable con el medio ambiente. Sin embargo, los precios de las prendas provenientes de la moda rápida sigue estando muy por debajo de los precios de la moda sostenible, por lo que el gran reto es convencer a los consumidores a „gastar más y consumir menos“. Realmente esto no es así porque lo barato sale caro y las prendas de baja calidad son rápidamente desechables, lo que origina que en corto plazo nuevamente se gaste en prendas de vestir. Pero la percepción de las personas es diferente, especialmente en las personas de bajos recursos que difícilmente cambiarán sus hábitos de consumo.



Copyright [bearfotos](#) on Freepik

El objetivo de la moda sostenible es concientizar al consumidor del daño social y ambiental que implica la moda rápida. Para ello todo el sector debe trabajar en su conjunto con el objetivo ofrecer productos que sean amigables con el medio ambiente y que respete la cadena de valor y de suministro.

Pero nosotros, como consumidores, no deberíamos esperar a que la industria haga sola el trabajo, también debemos tomar conciencia y cambiar los hábitos de consumo, como pensar en calidad antes que en cantidad, interesarse por el origen de la prenda, comprar lo necesario, reutilizar o transformar prendas que ya no están de moda, entre otros. En el caso de las personas de bajos recursos es la industria la que debe ofrecer alternativas económicas pero amigables con el medio ambiente.

Panorama en el Perú

En la Expotextil realizada en Lima del 03 al 06 de noviembre del año pasado, se evidenció el creciente interés de las empresas textiles peruanas por seguir las iniciativas de sostenibilidad, área en el cual el Perú ha hecho grandes avances debido principalmente a la iniciativa privada, sin embargo, la tecnología en este sector es su punto débil. En la feria los textileros peruanos presentaron innovaciones como la aplicación de tintes elaborados a base de cebolla, cúrcuma y la famosa cochinilla, la cual es usada desde la edad de hierro aproximadamente para teñir tejidos. Así mismo, como era de esperarse, presentaron prendas elaboradas con tejidos naturales de origen vegetal como el algodón y de origen animal como la alpaca y otros camélidos oriundos del Perú.



Copyright [Expotextilnews](https://www.expotextilnews.com)

La gran ventaja competitiva que tiene el Perú con respecto a los tejidos de origen animal es que el Perú posee un aproximado de 5 millones de alpacas lo que representa el 70% de la población mundial. Asimismo, en el Perú crecen diferentes tipos de algodón como el tangüis, del cerro, áspero, supima y pima, considerado este último como uno de los más finos del mundo. Debido a ello el Perú se ha convertido en un gran proveedor textil regional, sin embargo, el país no cuenta con una amplia industria de marcas propias. Casualmente son las marcas propias las que impulsan la digitalización y el comercio electrónico, área en la cual el país no ha logrado un óptimo desarrollo.

Conclusiones

- En términos generales, la transformación de la industria textil va por buen camino. Todavía falta mucho por recorrer y desarrollar pero ya no se trata solo de alternativas, ahora se espera que la industria normalice el enfoque hacia la sostenibilidad y aplique buenas prácticas en temas ambientales y sociales. Para ello también es importante la trazabilidad en la cadena de valor y de suministro.
- Otro punto importante es el cambio de hábitos que cada uno de nosotros como consumidores debe realizar. Dicho cambio no debe limitarse a la industria textil sino aplicarse a nuestro consumo en general. Cuando veamos un producto barato, pongámonos a pensar por qué cuesta tan poco, a quién realmente le cuesta.



- Con respecto al Perú, el país presenta ventajas competitivas debido a sus recursos naturales y a la innovación de las nuevas generaciones de empresarios que buscan aplicar buenas prácticas enfocadas en la sostenibilidad. Sin embargo, el país debe lograr avances en tecnología para poder ser más competitivo en el mercado.
- Con respecto a los costos, el empresario textil debe concientizar sobre el proceso de la elaboración de sus productos para que los consumidores puedan entender por qué sus productos tienen determinados precios. El consumidor debe aprender a valorar una prenda de calidad que cumpla con los requisitos de sostenibilidad.

Escrito por Mónica Valcárcel

Featured Image: Copyright [Joseph Marin](#) on [Pixabay](#)