LA ECONOMÍA CIRCULAR IMPULSA LA INDUSTRIA TEXTIL A OTRO NIVEL

La industria textil recientemente ha demostrado ser la que más se acerca al concepto de economía circular en el Perú, según expertos. Si bien aún se encuentra dando sus primeros pasos, el camino hacia la sostenibilidad en este sector parece estar más cerca de lo esperado.

POR ILLARI LOAIZA CÓRDOVA
iloaiza@stakeholders.com.pe



La economía circular propone el uso eficiente de los recursos en las industrias, de tal manera que se evite generar residuos o desechos y estos puedan reinsertarse nuevamente dentro del proceso productivo, causando el menor impacto posible en el medio ambiente.

Para ello, se requieren propuestas inteligentes por parte de las empresas, así como leyes, lineamientos y normativas que faciliten la implementación de dichas prácticas. En ese sentido, el Ministerio del Ambiente (Minam) viene impulsando los Acuerdos de Producción Limpia (APL) desde el año 2020.

Las líneas de trabajo consideradas en los APL están relacionadas a la minimización, valorización y eficiencia de materias primas e insumos, como la incorporación de material reciclado en sus procesos productivos. También involucra el trabajo con los municipios en la recolección y segregación de residuos, además de darle relevancia a los aspectos educativos, informativos y de sensibilización ambiental.

Asimismo, en noviembre del año pasado, se promulgó la Ley Nº 31072 que corresponde a la Ley de la Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (Sociedad BIC). Esta normativa, si bien no está dirigida puntualmente a la economía circular, sí motiva a las empresas a constituirse de tal manera que generen un impacto positivo e integren a su actividad económica la consecución del propósito de beneficio social y ambiental que han elegido.

Arturo Caballero, CEO de la consultora en sostenibilidad A2G, afirma que el Perú está dando los primeros pasos al querer incluir el enfoque de economía circular dentro de sus procesos. Si bien esta es una buena señal, asegura que se trata de un cambio que debe hacerse paulatinamente.

"Del paso de hacer una hoja de ruta con buenas intenciones y lineamientos, a lograr que las empresas y las industrias adopten este tipo de visión, hay un salto. Y Perú tiene que darlo en forma gradual", opina.

Tomando el ejemplo de países cercanos como México, donde hay un mayor avance en economía circular, Caballero asegura que las normas condicionan a las empresas a incluir estas variables dentro de su producción. De esta manera, se regulariza el proceso de producción, desde el diseño del

producto hasta los residuos finales, generando un modelo cada vez más cercano a la economía circular.

"Cuando tienes una ley, y como empresa tienes que cumplirla, el salto es otro", sostiene. También destaca los avances que ha tenido el sector textil en el país en los últimos años. "Varias marcas de este sector están muy interesadas en que el proveedor le brinde ejemplos de qué es lo que está haciendo como parte de la búsqueda de la economía circular. Cómo está actuando dentro de su planta de producción y con sus grupos de interés".

Caballero menciona que las empresas y diferentes organizaciones relacionadas al ámbito textil que se están preocupando por incluir el concepto de economía circular, se encuentran fuertemente respaldadas por una sólida visión sostenible. Asimismo, refiere que muchas de ellas son marcas internacionales, cuyos insumos y materias primas son de origen peruano.

El Clúster de Moda Sostenible

Un grupo aproximado de 40 empresas relacionadas a la industria textil, entre grandes, medianas y pequeñas, conforman el Clúster de Moda Sostenible. ¿Su propósito? Incluir el enfoque de sostenibilidad en la industria de la moda, apostando por el *slow fashion* o "moda lenta", en contraposición a la *fast fashion* o "moda rápida".

En el 2018, el fenómeno de la *fast fashion* se intensificó en el Perú con la llegada de marcas internacionales del sector *retail*. Esta tendencia trajo consigo el consumo masivo de prendas de moda, que replican las tendencias de famosos diseñadores, pero a un bajo costo. Como consecuencia, los materiales utilizados son de baja calidad y se desechan rápidamente, generando un aumento en la cantidad de residuos.



Arturo Caballero
CEO de la consultora en sostenibilidad A2G

En el clúster consideran que la moda debe tener durabilidad, y no una "obsolescencia programada". Con la intención de cambiar el problema de la sobreproducción textil, y la contaminación que genera en el medio ambiente, cuentan con un comité de economía circular que busca incluir la sostenibilidad en esta nueva visión de la moda. La consultora en sostenibilidad A2G también forma parte de dicha iniciativa, con el fin de asesorar a diferentes organizaciones en sus procesos industriales.

En el 2018, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) catalogó a la industria textil como la segunda más contaminante del mundo. Esto se debe no solo a la sobreproducción, sino también a la cantidad de residuos que genera la elaboración de una prenda. "Aproximadamente el 25% de la tela se va en mermas", afirma Arturo Caballero.

> La forma de hacer moda está evolucionando conforme está evolucionando nuestra sociedad

De esta manera, el problema también reside en lo que sucede con esos retazos de tela que sobran al momento de confeccionar las prendas. ¿Qué hace la empresa con esa merma? La vende. ¿A quién? A quien desee comprarla. Como no son considerados residuos, el comprador no tiene que ser una empresa prestadora de servicios de recojo de residuos necesariamente. Por ende, puede ser cualquiera", sostiene.

Es por ello que el enfoque circular busca insertar nuevamente esta merma o desperdicio en el proceso, para que sirva nuevamente como insumo para crear otros productos. Los exportadores y las grandes fábricas de la Sociedad Peruana de Exportadores de Prendas de Vestir (PREVEX) están buscando incorporar la sostenibilidad porque "creen que el sector textil peruano puede ser el más sostenible del mundo", concluye.

Moda sostenible, más allá de la tendencia

"La sostenibilidad en la industria textil ya dejó de ser una tendencia y pasó a ser una realidad", asegura Annalucia Fasson, Docente de ESAN, socia del Área Corporativa y jefe del Área de Derecho de la Moda y Retail de Muñiz, Olaya, Melendez, Castro, Ono & Herrera Abogados. "Ahora el consumidor es más inteligente. Muchos ya se preguntan cómo se fabricó, qué materiales se utilizaron o dónde se fabricó la ropa. Eso marca mucho la diferencia, porque el mismo consumidor es quien lo está exigiendo".

El consumo responsable y la sostenibilidad van de la mano. Es por ello que las empresas cada vez se están esforzando más en incorporar la economía circular a sus procesos.

Ya no es solamente una cuestión voluntaria, sino más bien una demanda que el público mismo va exigiendo. Fasson considera que el Perú está haciendo un buen trabajo en el ámbito textil y confía en que, de seguir ese camino, los resultados serán bastante beneficiosos. La moda sostenible tiene como propósito respetar las normas ambientales y laborales. Dentro de ella, existen cuatro categorías en las cuales se enfatizan diferentes aspectos que la caracterizan.

Por un lado, tenemos la moda tecnológica, que prioriza este ámbito con el fin de proponer el uso de recursos amigables con el medio ambiente como soluciones. Por ejemplo, innovar en el uso de los insumos, utilizando residuos orgánicos. Esto sucede con las cáscaras de piña y la piel de pescado, que son utilizados para elaborar accesorios o prendas de cuero.

La moda ecológica, por su parte, le da más énfasis a contrarrestar la contaminación. Además de cuidar los materiales que utiliza para fabricar sus productos, se preocupa por contaminar lo menos posible. Incorpora el uso de energías renovables para llevar a cabo sus procesos, así como tratamientos para limpiar el agua y minimizar sus residuos.

La moda étnica, hoy más conocida como *folklore,* también es considerada como una de las categorías dentro de la moda sostenible. Ella busca que se revaloricen los diseños y procedimientos ancestrales de las diferentes culturas que han existido en la historia del país. Ello incluye no solo prendas de vestir, sino también artesanía y productos hechos a mano.

Finalmente, la moda ética se concentra en el respeto a los derechos humanos y laborales, así como al cumplimiento de las normas medioambientales. Dentro de esta categoría se encuentran las empresas que no solo velan por la rentabilidad, sino que también buscan ayudar a las comunidades con un propósito social y ambiental.



Annalucia Fasson Llosa
Docente de ESAN, socia del Área Corporativa y jefe del Área de Derecho de la Moda y Retail de Muñiz, Olaya, Melendez, Castro, Ono & Herrera Abogados.

El camino que deben seguir las mypes

Debido a las exigencias actuales, que continuarán incrementando con los años, sumado a la crisis climática, hacen necesario el cambio de mentalidad en las organizacion es. Existen diferentes rutas o caminos que pueden seguir las medianas y pequeñas empresas para adoptar un enfoque más sostenible.

"Se puede motivar a las micro empresas o emprendimientos a que se vuelvan más responsables otorgando un capital semilla. Postular a bancos a pedir préstamos, no es fácil para los emprendimientos, porque les piden cierta garantía. Por otro lado, los concursos que ofrecen ese apoyo económico todavía son muy pocos. Yo recomendaría que las autoridades y las instituciones privadas sean las que incentiven este tipo de financiamientos. En el Perú hay mucho talento", asegura Annalucia Fasson.

También hace un llamado a replicar otros ejemplos de países cercanos, como el caso de Colombia. "La ley de la Economía Naranja en Colombia se podría replicar, adaptándola a nuestro contexto, para la industria de la moda en el Perú. Esta ley otorga beneficios de apalancamiento y tributarios".

Fasson recomienda que las nuevas empresas que quieran apostar por este enfoque, se constituyan como una empresa BIC, siempre que tengan bien claro su propósito. Asimismo, hace un llamado a respetar las normas, haciendo énfasis en los derechos laborales y medio ambientales.

También sostiene que otro camino puede ser "apostar por la artesanía, porque todo lo hecho a mano se ha convertido en una tendencia y hoy se valora mucho más en el mercado internacional. Es un nuevo concepto de lujo". De igual manera, asegura que adaptar la empresa a las certificaciones internacionales genera una ventaja competitiva frente al resto del mercado. "Si quieren exportar, en el mercado internacional exigen certificaciones", expresa.

Un consejo para incluir la sostenibilidad en las microempresas, especialmente aquellas de la industria textil, es que opten por marcar la diferencia a través de las materias primas que utilizan. "En vez de comprar un algodón común, pueden optar por el algodón orgánico. Con eso, de alguna u otra manera, ya empiezas a marcar la diferencia. Con los insumos ya estás siendo sostenible", manifiesta.

Annalucia Fasson asegura que "la forma de hacer moda está evolucionando conforme está evolucionando nuestra sociedad. Finalmente, la moda es un reflejo de ella". "En los próximos años la sostenibilidad va a marcar bastante la industria de la moda. Se va a convertir en sostenible a nivel general, porque es algo que el mismo mercado está pidiendo", finaliza.

Desde optar por una materia prima de mejor calidad y que en su obtención todo el proceso se realice de manera responsable, ya se está generando un cambio. Estos pequeños caminos pueden marcar la diferencia y, con seguridad, el consumidor inteligente lo valorará cada vez más.