

**KREAB**

WORLDWIDE

Explicamos asuntos complejos  
de manera sencilla

# THE OTHER 'TRENDS'

Retos y futuro de la  
sostenibilidad en el sector textil

THINKING  
PAPERS

Julio 2022



**KREAB**

WORLDWIDE

**Miguel Ferre**

Senior Partner  
mferre@kreab.com

**Rosaura Ferriz**

Director Asuntos Públicos  
rferriz@kreab.com

**Alejandro Manso**

Associate Director Asuntos Públicos  
amanso@kreab.com

**Kreab Barcelona**

Avda. Diagonal 609-615, Planta 7  
08028 Barcelona  
[www.kreab.com](http://www.kreab.com)

**Kreab Madrid**

Calle del Poeta Joan Maragall, 38  
28020 Madrid  
[www.kreab.com](http://www.kreab.com)

**Kreab Valencia**

Calle de Isabel la Católica, 8  
46004 Valencia  
[www.kreab.com](http://www.kreab.com)

**Julio 2022**

## 0 | Índice

01

### Aproximación sectorial

P. 05

---

02

### Retos regulatorios y sociales

P. 07

---

03

### Participar para cambiar

P. 09

---



# La moda es tendencia, también regulatoria

Durante los últimos años, la industria textil ha sido relacionada en múltiples ocasiones al grupo de sectores responsables de la contaminación a escala global, tanto vinculado al impacto de su huella de carbono como, cada vez más, al de su propia actividad sobre la sostenibilidad hídrica. Pero no termina ahí: la integración de la visión ESG como elemento transformador en todas las cadenas valor ha alumbrado otras derivadas que miden la responsabilidad y la propuesta de valor de las compañías, como el respeto de los Derechos

Humanos o la gestión de su impacto sobre los entornos en los que operan.

Este sitúa necesariamente a las estrategias de comunicación y de Asuntos Públicos en el centro de los negocios, con el objetivo de permitir al sector textil ser capaz de anticiparse y adaptar sus planes de negocio, así como sus estrategias de participación e incidencia pública a la hora de alinear los entornos en los que opera (tanto los regulatorios como el social) con sus intereses corporativos.

## 1 | Aproximación sectorial

En el marco de la última Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, la ONU y 170 organizaciones del sector actualizaban la [Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática](#), con un compromiso de **reducción del 50% de emisiones para el 2030**. No en vano, durante los últimos años, la industria textil ha sido relacionada en múltiples ocasiones al grupo de sectores responsables de la contaminación a escala global, tanto vinculado al impacto de su huella de carbono como, cada vez más, al de su propia actividad sobre la sostenibilidad hídrica.

Este foco sobre la repercusión climática de la industria ha provocado que la opinión pública se posiciona al respecto y que, de manera progresiva, la legislación nacional y europea avance para intervenir y gestionar de manera directa sus impactos.

En paralelo, fenómenos como la **fast fashion** agudizan una problemática que, según un informe de [McKinsey](#) <sup>(1)</sup>, provocan que una persona destine un promedio de 50 céntimos más a la compra de ropa que hace 15 años, si bien con un matiz añadido: ahora la desecha en la mitad de tiempo.

### En el punto de mira internacional

La **Unión Europea** (UE) y las **Naciones Unidas** (ONU) comparten la misma visión en torno a las **reducciones de emisiones de gases de efecto invernadero**. De hecho, la UE ha ido incorporando en sus regulaciones una clara intención de abordar el problema de manera directa.

Para ello, ha planteado dos horizontes:

- Para **2030**, un objetivo vinculante para la reducción de las emisiones en, al menos, un **55%** con respecto a los niveles de 1990.
- Para **2050**, alcanzar la **neutralidad climática**.

Además, se ha mostrado especialmente crítica con el sector textil. De hecho, en una conferencia a mediados de 2021, la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, se refería a **la moda rápida como “veneno para el planeta”**, abogando en su lugar por una moda “lenta y circular” en la que los productos sean más duraderos, incorporen principios de eco-diseño y se generen menos residuos.

### Una visión integral del impacto del textil

El consumo responsable y sostenible ha incrementado su importancia como criterio a la hora de decidir si comprar o no un producto. Así lo constata un estudio de IBM que demuestra cómo existe una gran concienciación acerca de la moda sostenible y el desperdicio textil. Un criterio -el de la sostenibilidad-, por cierto, que comienza a ir más allá de la contaminación, **integrando la visión ESG a toda la cadena de valor de la industria**.

En suma, de mayor a menor: al 81% de los consumidores les preocupa mucho el desperdicio, un 72% prioriza las condiciones de los trabajadores, un 68% valora que la moda sea sostenible como un activo importante y el 66% un uso responsable de las materias primas en los procesos de fabricación.



El hito más reciente de significación de la industria tuvo lugar durante la celebración de la última Cumbre del Clima (COP26), celebrada en la también ciudad industrial de Glasgow (Escocia), donde se puso de manifiesto la necesidad de que el sector se someta a un proceso de reconversión que incluye, entre otros, la prohibición de destruir las prendas que no se lleguen a vender.

Resulta evidente que la industria textil no es ajena al impacto de la legislación sobre su actividad: sin ir más lejos, el cambio normativo impulsado la reciente Ley de Residuos y Suelos Contaminados en España actualiza varios de los mandatos aprobados por la Unión Europea en materia de circularidad y sostenibilidad de las operaciones. En línea con las conclusiones de Glasgow, **una de sus novedades más importantes tiene que ver precisamente con la Responsabilidad Ampliada del Productor: el desarrollo obligatorio de un sistema de reciclado para la ropa.**

El incremento en costes para las empresas de las políticas de sostenibilidad no es algo nuevo. No obstante, el verdadero reto no pasa tanto por que se traslade al consumidor, sino por que la industria sea capaz de transmitir correctamente a la opinión pública sus esfuerzos. Un ejercicio que también deberán hacer con las administraciones públicas y el resto de instituciones, y cuyo reto pasa por que el sector sea primero capaz de medir su huella en los entornos en los que opera (según Ecotextil, el sector no dispone de un valor exacto de la cantidad de ropa que llega al mercado).

Este último no es un dato vacío: cabe recordar que la Comisión Europea establecerá (antes de 2025) unos nuevos objetivos de reutilización y reciclado para residuos textiles, que serán de obligado e inmediato cumplimiento en todos los Estados miembros.

A lo largo de toda la cadena de valor del textil (desde el cultivo, la tejeduría o la hilatura, pasando por la confección, los procesos húmedos y el acabado, tinte y lavandería hasta la logística y la gestión de los residuos) los retos regulatorios, de comunicación con los *stakeholders* y de gestión de la propia reputación se van a multiplicar en los próximos años. Un escenario que sitúa necesariamente a las estrategias de comunicación y de Asuntos Públicos en el centro de los negocios, con el objetivo de permitir al sector que se sea capaz de anticiparse y participar en la definición de los entornos en los que opera.



## 2 | Retos regulatorios y sociales

El sector textil se enfrenta a una **multitud de retos regulatorios** que cubren toda la cadena de valor, tanto a nivel europeo como también nacional y regional.

Por un lado, en el ámbito comunitario, cabe señalar la **Estrategia de la Unión Europea para los productos textiles sostenibles**, que tiene como objetivo impulsar la transición a una economía circular en la que los productos que se diseñen sean más duraderos, reutilizables, reparables, reciclables y eficientes. Ello significará grandes inversiones económicas por parte de la industria para adaptarse a las recomendaciones. Otro reto a nivel europeo será la **revisión del reglamento REACH** (Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de sustancias y mezclas químicas), cuyo proceso de actualización afectará a los métodos de producción en la industria.

En clave nacional, la recién aprobada **Ley de Residuos y Suelos Contaminados** supone un cambio de paradigma para el sector textil. La ley estipula que **las empresas productoras serán las responsables de gestionar el reciclaje** de las prendas, así como también pone énfasis en un uso eficaz de los remanentes textiles al haberse establecido la prohibición de la destrucción de excedente.

Otra de las novedades que también trae consigo la norma es que, en un plazo máximo de tres años (antes del segundo semestre de 2025), se **desarrollarán regímenes de Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP)** para los textiles. Las obligaciones que se establecen en el RAP se pueden cumplir de forma individual o de forma colectiva, en este caso, a través de un **SCRAP**. Una figura que, en clave sectorial, se ha empezado ya a considerar mediante la elaboración de planes de viabilidad sobre su constitución.

A nivel autonómico, no obstante, hay regiones que incluso quieren ir un paso más allá. Una de ellas es Cataluña, donde el Govern hacía público el pasado mes de mayo el texto de un **anteproyecto de ley de prevención y gestión de los residuos y de uso eficiente de los recursos de Cataluña**, un borrador mucho más ambicioso que la norma nacional, con elevados objetivos de reutilización o con la creación de indicadores de eficiencia ambiental.

### Retos vinculados a la huella de carbono

Las dinámicas de los sectores industriales provoca que un número representativo de organizaciones en Europa basen parte de su producción en terceros países, donde los requisitos de sostenibilidad y medioambientales para producir todavía no son tan ambiciosos. Una dinámica a la que tampoco escapa el sector textil, principalmente, en los procesos vinculados al cultivo, tejeduría, hilatura y confección de las prendas.

Para hacer frente a ello, la UE ha desarrollado un **mecanismo de compensación en frontera por las emisiones de carbono generadas durante la fase producción para las importaciones** provenientes de países no europeos (CBAM, por sus siglas en inglés). Un sistema que será complementario con otros ya en vigor, como el régimen de comercio de derechos de emisión (RCDE).

De forma añadida, como parte de una visión “glocal” de la gestión pública, se observa también una tendencia creciente desde las administraciones regionales a la hora de abordar los retos vinculados al carbono. Así, el Govern de Catalunya ha dado luz verde a la memoria preliminar del **anteproyecto de ley del impuesto sobre las emisiones portuarias de grandes barcos**, con el objetivo de hacer frente a los impactos asociados a las maniobras de atraque y estancia (responsables del 20% de las emisiones dañinas para el medio ambiente en los entornos portuarios).

### Retos vinculados a la huella hídrica

De acuerdo con la *Water Footprint Network*, **para la producción de una camisa de algodón de 250g se estima que se requieren hasta 2.720 litros de agua**. Este uso se mide a través de la huella hídrica, un indicador del uso de agua dulce empleada para en la producción de bienes.

La asimilación y superación de la “batalla del carbono” en la UE hace que la concienciación de los gobiernos y los consumidores haya puesto la atención en nuevos frentes dentro del reto global de la sostenibilidad, **siendo la “batalla del agua” el mayor elemento de riesgo de cara a las futuras regulaciones** que afecten al sector textil.

## Retos vinculados al impacto social

La percepción del consumidor y su mayor sensibilidad hacia un consumo responsable y sostenible hacen cada vez más que las políticas de sostenibilidad de las empresas sean un factor determinante en el proceso de decisión de compra de un producto. Ejemplos como el distintivo privado B-Corp o la **etiqueta ecológica de la UE (EEE), conocida como EU Ecolabel**, son ya percibidos como elementos diferenciales.

No obstante, como parte de esa integración de la visión ESG en toda la cadena de valor, el foco no se pone ya solo sobre el “qué”, sino también sobre el “cómo”. **Los Derechos Humanos como uno de los ejes de transformación que mayor impacto tendrá** sobre la actividad de las empresas es una realidad. No en vano, la Comisión Europea ha hecho pública su propuesta de *Corporate Sustainability Due Diligence Directive*, con el objetivo de garantizar que las empresas (se estima que más 13.000 compañías en toda la Unión y otras 4.000 de terceros países) estén obligadas a abordar los impactos adversos reales y potenciales de sus operaciones sobre los derechos humanos y el medio ambiente, incluso en sus cadenas de valor dentro y fuera de Europa.

Una senda que también se recorre en España, donde por un lado el Gobierno ha sometido a consulta pública a principios de este año un **anteproyecto de ley para la protección de los derechos humanos**, la sostenibilidad y de debida diligencia y, también por otro, de nuevo regiones como Cataluña han impulsado medidas específicas como la creación del **Centro Catalán de Empresa y Derechos Humanos**, un organismo público de la Generalitat de Catalunya que tendrá como función el control de las empresas en su actividad con terceros países, incluyendo no solo las empresas con sede en Catalunya, sino también todas aquellas que, de una u otra forma, tengan inversiones o actividades en el territorio.

## Otros retos y oportunidades

El sector también afrontará otros retos y oportunidades en los próximos meses, desde la posibilidad de un **PERTE textil** (de momento, paralizado) hasta el impacto que la transformación digital tenga sobre su actividad. Cómo integrar el **Blockchain** en los procesos (actualmente ya hay regulaciones en marcha, como el reglamento MICA y el reglamento DLT) o la definición del rol de la industria en el **metaverso** serán territorios que la industria debe saber gestionar desde la base.





### 3 | Participar para cambiar

El escenario anterior sitúa necesariamente a las estrategias de comunicación y de Asuntos Públicos en el centro de los negocios, con el objetivo de permitir al sector que se sea capaz de anticiparse y adaptar sus planes de negocio, así como sus estrategias de participación e incidencia pública a la hora de alinear los entornos en los que opera (tanto los regulatorios como el social) con sus intereses corporativos.

En este sentido, **KREAB** puede acompañar y asesorar a las compañías del sector a través de una labor de consultoría estratégica en materia de sostenibilidad, tanto de manera individual para las distintas compañías (de cualquier tamaño) como también desde una óptica sectorial (por ejemplo, coordinando la posible creación de un SCRAP; ámbito donde contamos con una probada experiencia).

Nuestro objetivo como firma es ayudar a nuestros clientes a hacer compatible la sostenibilidad de sus negocios con la de sus entornos, analizando las claves que permiten que una empresa maximice su actividad al mismo tiempo que sus esfuerzos en clave de Objetivos de Desarrollo Sostenible sean percibidos por todos sus públicos clave. En suma, diseñamos estrategias de *awareness* y de *engagement* para involucrar a las comunidades y al resto de *stakeholders* en que este proceso sea un éxito.

#### ¿Quiénes somos?

KREAB es una **consultora de Comunicación y Asuntos Públicos** fundada en Suecia en 1970. Ayudamos a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos de posicionamiento público, notoriedad y reputación corporativa, aumentando su capacidad de influencia. Nuestra firma, además, cuenta con un equipo especializado en el análisis de procesos productivos y de negocio, la unidad de *Sustainability & Economics*, que puede aportar su *expertise* en la identificación de oportunidades de circularidad para reducir el consumo de recursos y la generación de residuos.

KREAB está presente en veinticinco países y cuenta con una cartera global de más de medio millar de clientes. **Somos la consultora líder en Asuntos**

**Públicos en el mercado español y la única firma que opera en España con una oficina en Bruselas** que también se encuentra entre las más reputadas

“Participar para cambiar” es la esencia de nuestro trabajo: contribuir a que las organizaciones puedan navegar con certeza en escenarios cambiantes o inestables, desarrollando estrategias de posicionamiento e influencia que permitan a las organizaciones (precisamente) participar y liderar los procesos de cambio. Para ello, ponemos a disposición de nuestros clientes y proyectos una amplia oferta de servicios integrados, entre otros:

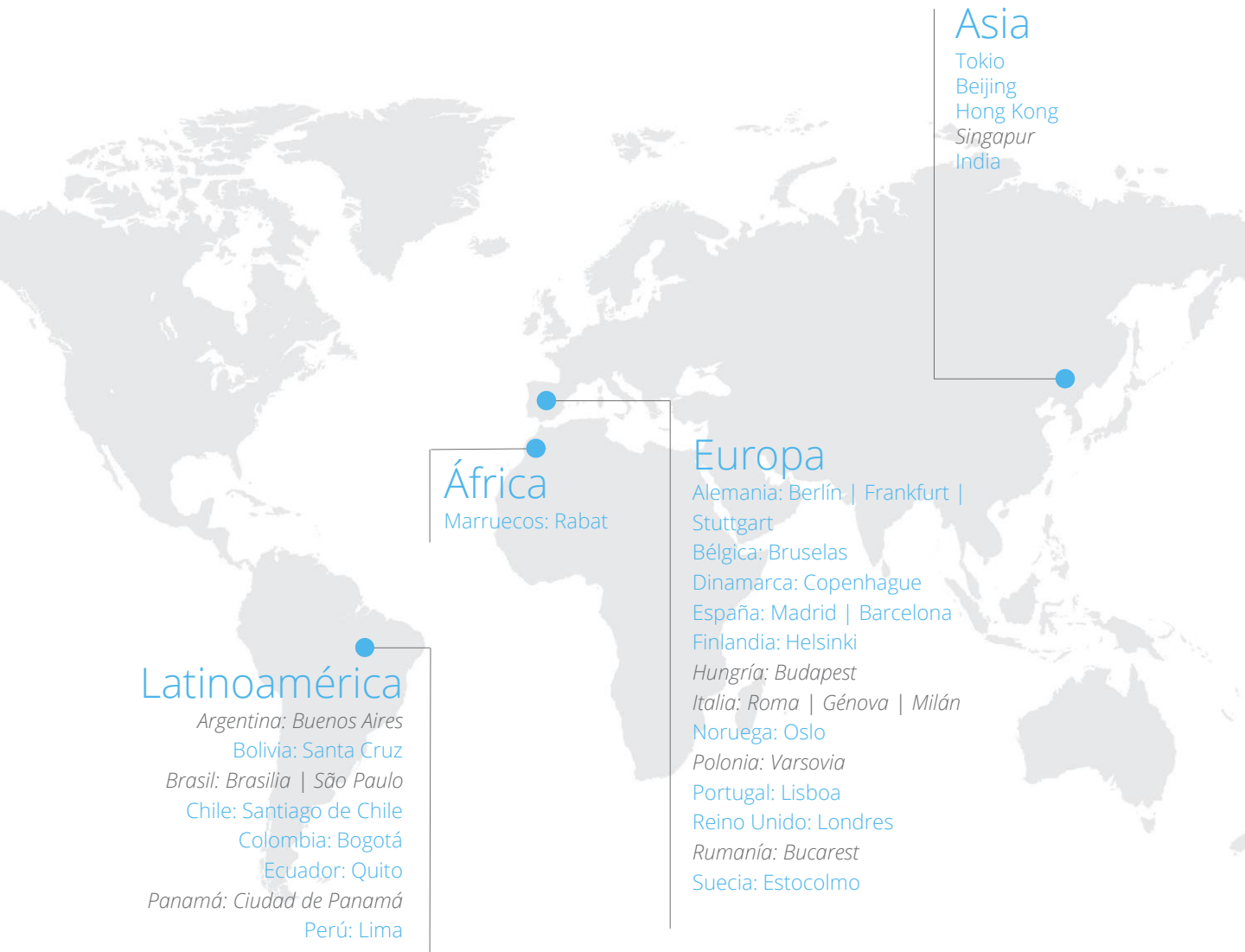
- **Monitorización y consultoría regulatoria.** A través de un sistema digitalizado, nuestros equipos de regulación realizan un seguimiento de cada expediente normativo que afecte a una organización, identificando y generando ventanas para la participación activa de las empresas en dichos procesos.
- **Inteligencia política y content factory.** Elaboración de diferentes documentos relacionales, así como cualquier otro material de influencia, para dar soporte a la narrativa e intereses de nuestros clientes. Estamos en permanente contacto con las administraciones y las instituciones para obtener información cualitativa que poner a disposición de los órganos de dirección de las compañías.
- **Incidencia pública.** Desarrollamos estrategias y planes de acción para generar entornos de decisión o climas de opinión estables y alineados con los intereses corporativos. Para ello, diseñamos desde campañas de movilización o de creación de opinión pública hasta planes de relacionamiento institucional con los *policy makers*.
- **Lobbying and advocacy.** Defendemos los intereses de las organizaciones en todos los procesos regulatorios abiertos que tengan impacto sobre sus negocios, contribuyendo a la consolidación de un rol de influencia propio y diferencial para cada organización. Del mismo modo, diseñamos y ejecutamos también estrategias basadas en la influencia indirecta y multisectorial, en aras de multiplicar la capacidad de influencia de las organizaciones ante una problemática o desafío concreto.

#####



Consultora de Comunicación y Asuntos Públicos fundada en Suecia en 1970

Creating value through communications



**Asia**  
Tokio  
Beijing  
Hong Kong  
Singapur  
India

**África**  
Marruecos: Rabat

**Europa**  
Alemania: Berlín | Frankfurt | Stuttgart  
Bélgica: Bruselas  
Dinamarca: Copenhague  
España: Madrid | Barcelona  
Finlandia: Helsinki  
Hungría: Budapest  
Italia: Roma | Génova | Milán  
Noruega: Oslo  
Polonia: Varsovia  
Portugal: Lisboa  
Reino Unido: Londres  
Rumanía: Bucarest  
Suecia: Estocolmo

**Latinoamérica**  
Argentina: Buenos Aires  
Bolivia: Santa Cruz  
Brasil: Brasilia | São Paulo  
Chile: Santiago de Chile  
Colombia: Bogotá  
Ecuador: Quito  
Panamá: Ciudad de Panamá  
Perú: Lima

Oficinas  
Afiliados

## Asuntos Públicos

Ayudamos a las empresas y a los inversores a tener éxito en un mundo cada vez más complejo, gestionando el riesgo normativo y generando escenarios políticos de toma de decisiones alineados con los intereses corporativos.

Analizamos los temas y las tendencias que están marcando la agenda política con el objetivo de que las organizaciones puedan navegar con certeza en escenarios cambiantes o inestables. Prestamos asesoramiento en el punto de encuentro entre el Gobierno y las empresas, ofreciendo una perspectiva autorizada sobre ambos y desarrollando estrategias de posicionamiento e influencia que permitan a las organizaciones participar y liderar los procesos de cambio.

**KREAB**

WORLDWIDE

*Strategic Communications Counsellors*

---

[kreab.com/espana/](https://kreab.com/espana/)