

Universitat  
de Girona

Universitat de Girona  
**Facultat de Lletres**

Grau en Comunicació Cultural

# CONTRIBUCIÓ DEL SECTOR TÈXTIL ESPANYOL A LA SOSTENIBILITAT

ANÀLISI COMPARATIVA DE LA RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA ENTRE MANGO  
I INDITEX EN RELACIÓ AMB LA IGUALTAT DE GÈNERE I L'ACCIÓ CLIMÀTICA

Autor/a: Soukaina El Ouahabi El Majidi

Tutor/a: Dra. Olga Felisa del Río Sánchez

Data de presentació: 21 de juliol del 2023

# ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ .....	5
2. MARC TEÒRIC.....	5
2.1 La Responsabilitat Social Corporativa (RSC) .....	5
2.1.1 Concepte de RSC.....	6
2.1.2 Origen i evolució de la RSC.....	9
2.1.3 Stakeholders .....	10
2.1.4 Comunicar la RSC.....	11
2.1.5 Mesurament de l'impacte .....	12
2.1.6 Objectius de Desenvolupament Sostenible .....	14
2.2 Context institucional.....	15
2.2.1 Internacional: actors i marc legal .....	15
2.2.2 Europea: actors i marc legal .....	16
2.2.3 Espanyola: actors i marc legal .....	17
2.3 RSC en el sector tèxtil a Espanya .....	18
3. METODOLOGIA .....	20
4. ANÀLISI COMPARATIVA DELS RESULTATS DE LA INVESTIGACIÓ .....	21
4.1 Anàlisi de dades de l'ODS 5: Igualtat de Gènere entre Inditex i Mango .....	21
4.1.1 Representació en l'alta direcció .....	21
4.1.2 Igualtat d'oportunitats .....	22
4.1.3 Bretxa salarial .....	24
4.1.4 Polítiques contra la discriminació i l'assetjament .....	25
4.1.5 Creació i participació en iniciatives que contribueixin a la Igualtat de Gènere.....	26
4.2 Anàlisi de dades de l'ODS 13: Acció Climàtica entre Inditex i Mango.....	27
4.2.1 Emissions de gas d'efecte hivernacle .....	28
4.2.2 Consum d'energia .....	29
4.2.3 Ús sostenible dels recursos .....	31
4.2.4 Gestió de residus .....	33
4.2.5 Iniciatives de mitigació i adaptació al canvi climàtic .....	35
4.3 Visió del conjunt .....	37
5. CONCLUSIONS .....	39
6. FONTS D'INFORMACIÓ .....	40

## ÍNDEX D'IL·LUSTRACIONS

IL·LUSTRACIÓ 1: MODEL DE SOSTENIBILITAT CORPORATIVA .....	6
IL·LUSTRACIÓ 2: RELACIÓ ENTRE LA DIMENSIÓ ECONÒMICA, SOCIAL I MEDIAMBIENTAL .....	9
IL·LUSTRACIÓ 3: MODEL D'EMPRESA MONOGÈNCIA O FINANCER .....	10
IL·LUSTRACIÓ 4: IDENTIFICACIÓ DELS GRUPS D'INTERÈS.....	11
IL·LUSTRACIÓ 5: CORRELACIÓ DELS ODS AMB ELS RESPECTIUS INDICADORS GRI .....	13
IL·LUSTRACIÓ 6: PRINCIPIS DEL GLOBAL COMPACT .....	14
IL·LUSTRACIÓ 7: CORRESPONDÈNCIA DE CADA ODS AMB LES DIMENSIONS DE LA RSC .....	14

## ÍNDEX DE TAULES

TAULA 1: COMPARATIVA QUANT A REPRESENTACIÓ DE DONES EN L'ALTA DIRECCIÓ .....	21
TAULA 2: COMPARATIVA QUANT A IGUALTAT D'OPORTUNITATS .....	23
TAULA 3: COMPARATIVA SOBRE LA BRETXA SALARIAL .....	24
TAULA 4: COMPARATIVA SOBRE LES POLÍTIQUES CONTRA LA DISCRIMINACIÓ I L'ASSETJAMENT .....	25
TAULA 5: COMPARATIVA SOBRE LA CREACIÓ I PARTICIPACIÓ EN INICIATIVES QUE CONTRIBUEIXIN L'ODS 5.....	26
TAULA 6: COMPARATIVA SOBRE LES EMISSIONS DE GAS D'EFECTE HIVERNACLE .....	28
TAULA 7: COMPARATIVA QUANT AL CONSUM D'ENERGIA .....	30
TAULA 8: COMPARATIVA SOBRE L'ÚS SOSTENIBLE DELS RECURSOS.....	32
TAULA 9: COMPARATIVA SOBRE LA GESTIÓ DE RESIDUS .....	34
TAULA 10: COMPARATIVA D'INICIATIVES DE MITIGACIÓ I ADAPTACIÓ AL CANVI CLIMÀTIC.....	36

**Resum:**

La RSC permet que les empreses siguin agents actius en la construcció d'un món més sostenible. Pautant accions per fer front a desafiaments socials i ambientals, com la pobresa, la desigualtat de gènere o el canvi climàtic, les empreses poden contribuir a assolir els ODS i promoure un creixement econòmic equitatiu i sostenible. El present treball pretén investigar la contribució del sector tèxtil espanyol a la sostenibilitat, centrant-se en Mango i Inditex. L'objectiu és fer una anàlisi comparativa de la contribució d'aquestes empreses a la Igualtat de Gènere i l'Acció pel Clima. Els resultats obtinguts indiquen que tant Mango com Inditex implementen iniciatives i mesures destinades a promoure la igualtat de gènere i l'acció climàtica en les seves operacions. Han establert polítiques internes per fomentar la igualtat d'oportunitats, així com programes de sostenibilitat que inclouen la reducció d'emissions de gasos d'efecte hivernacle i l'ús de materials més sostenibles a la cadena de subministrament.

**Paraules clau:** Responsabilitat Social Corporativa, Igualtat de Gènere, Acció Climàtica, Desenvolupament Sostenible, Transparència

**Abstract:**

CSR enables companies to be active agents in building a more sustainable world. By taking action to address social and environmental challenges, such as poverty, gender inequality or climate change, companies can contribute to achieving the SDGs and promote equitable and sustainable economic growth. This paper aims to investigate the contribution of the Spanish textile sector to sustainability, focusing on Mango and Inditex. The objective is to carry out a comparative analysis of the contribution of these companies to Gender Equality and Climate Action. The results obtained indicate that both Mango and Inditex implement initiatives and measures aimed at promoting gender equality and climate action in their operations. They have established internal policies to promote equal opportunities, as well as sustainability programs that include the reduction of greenhouse gas emissions and the use of more sustainable materials in the supply chain.

**Key words:** Corporate Social Responsibility, Gender Equality, Climate Action, Sustainable Development, Transparency

# 1. INTRODUCCIÓ

La competitivitat responsable és el motor per encaminar el creixement de les empreses i que aquestes siguin sostenibles a llarg termini. El concepte implica que organitzacions incitin a entitats a contribuir al benestar social i ambiental, no només dins de l'empresa sinó en la societat. Avui en dia, la transparència és un factor de valor quant a informar de les accions de responsabilitat social corporativa (RSC en endavant). Per al teixit empresarial, a causa de la repercussió que té en la societat en termes de medi ambient, el fet de ser transparent suposa acomplir amb la seva funció social com un actor en pro de la comunitat en la qual opera (Gómez Nieto & Martínez Domínguez, 2015).

Per tal de promoure aquesta competitivitat responsable, entitats internacionals, com l'Organització Internacional del Treball i l'OCDE (Organització de Cooperació i Desenvolupament Econòmic), han desenvolupat documents que serveixen com a guia. Aquests documents, proposats per la Comissió de Drets Humans de les Nacions Unides i la Subcomissió de l'ONU per a la Promoció i la Protecció dels Drets Humans, ofereixen directrius sobre les responsabilitats de les empreses en l'àmbit dels drets humans. Amb això, es tracta d'un procés d'autoregulació que forma part de l'estratègia i activitats de l'empresa i que s'emmarca en l'acceptació del Pacte Global de Nacions Unides (Gómez Nieto & Martínez Domínguez, 2015).

En la present investigació s'han analitzat les implicacions de la sostenibilitat en el sector tèxtil espanyol a partir de la seva relació amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de les Nacions Unides. El treball ha posat èmfasi en com la Responsabilitat Social Corporativa (RSC) i l'enfocament als ODS poden ser estratègies efectives per millorar l'acció climàtica i la igualtat de gènere dins de la indústria tèxtil. S'ha observat que l'Acció Climàtica és una peça fonamental per assolir la majoria dels ODS, i s'ha destacat la importància de col·laborar amb altres entitats amb la finalitat de consolidar el sector tèxtil com a un camp sostenible a llarg termini.

La pregunta general de la investigació és esbrinar quina és la contribució del sector tèxtil a la sostenibilitat. A partir d'aquí, i a tall terminològic, s'han acotat els objectius del treball, els quals són: entendre el concepte de RSC, quines són les dimensions i les parts interessades de la RSC; entendre el factor comunicatiu del concepte i la relació dels indicadors del GRI amb els ODS treballats; a més de recollir el context institucional que promou la competitivitat responsable a les empreses. D'altra banda, com a Pregunta d'Investigació 1 s'ha volgut esbrinar quina és la contribució d'Inditex i Mango a l'Acció Climàtica i la Igualtat de Gènere. La investigació clou amb una visió general del contingut analitzat i una conclusió.

## 2. MARC TEÒRIC

### 2.1 La Responsabilitat Social Corporativa (RSC)

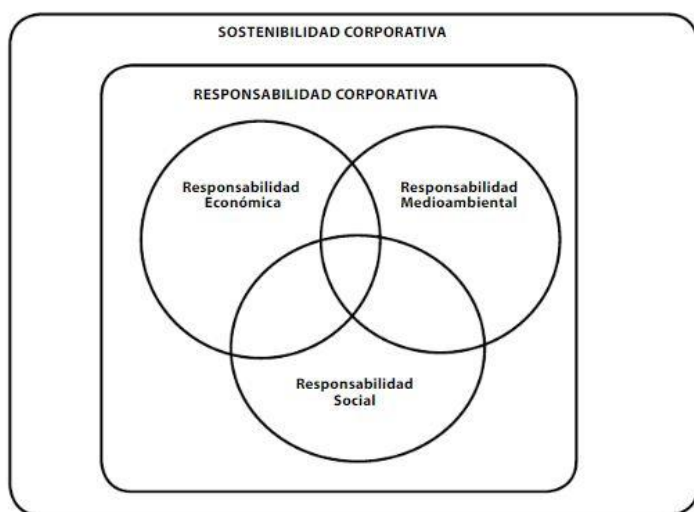
Aquest primer apartat està dedicat al plantejament a la revisió de la literatura existent de la RSC. Es revisen les definicions de Responsabilitat Social Corporativa, proposant diferents visions, de diferents períodes temporals. Seguidament, es plantejaran les tres dimensions sobre les quals pivota la RSC o Sostenibilitat. A més, es donarà cabuda a l'origen i evolució del concepte per entendre el seu rerefons, donant peu a l'explicació de les parts interessades. També s'incidirà en el tema de comunicar la RSC, qüestions de mesurament de l'impacte i els Objectius de

Desenvolupament Sostenible, per tal de tenir les nocions necessàries per entendre l'anàlisi comparativa.

### 2.1.1 Concepte de RSC

La Responsabilitat Social Corporativa ha anat evolucionat d'acord amb el context global, empresarial, mediambiental i social. De la mateixa manera, la definició també s'ha anat modificant. Autors com González Masip i Cuesta Valiño (2018) expliquen que el poc acord per a una definició de RSC és a causa de "les múltiples facetes (Brammer et al., 2007) i les diferents perspectives i dimensions des de les quals es pot analitzar el concepte (McWilliams et al., 2006), donant com a conseqüència una falta d'homogeneïtat en els mètodes de mesurament en les investigacions (Aguinis i Clavas, 2012)" (p. 4556).

Per això, quan es parla de RSC, també se li pot denominar Sostenibilitat Corporativa o Responsabilitat Social Empresarial. Tanmateix, González Masip i Cuesta Valiño (2018) conclouen que mentre la sostenibilitat corporativa "ocupa un nivell superior, definint el grau d'inclusió dels temes mediambientals i socials en les operacions de l'empresa i la seva relació amb els grups d'interès" (p. 62-63). La Responsabilitat Corporativa, segons Montiel i Delgado-Ceballos (2014) "destaca la necessitat de buscar un equilibri entre els elements que la componen: econòmic, social i mediambiental" (citat per González Masip i Cuesta Valiño, 2018, p. 61).



**Il·lustració 1: Model de Sostenibilitat Corporativa**

Font: Van Marrewijk (2003), citat per González Masip i Cuesta Valiño, 2018, p. 63

Així mateix, per al CEMEFI (2015), citat per García-Santos i Madero-Gómez (2016), la Responsabilitat Social Empresarial és la gestió socialment responsable, la qual planteja accions econòmicament viables, socialment responsables i respectuoses amb el medi ambient. A més, reconeix els interessos dels diversos grups (clients, accionistes, comunitats locals, persones treballadores i ecosistema), amb els quals interactua i cerca protegir l'entorn natural i assegurar la sostenibilitat per a les generacions futures.

A més, el terme també implica transparència<sup>1</sup>: comunicar-se amb els *stakeholders* quant a resultats econòmics, socials i medi ambientals. Conseqüentment, la RSC exigeix tant “el compliment de la legislació nacional i internacional [...]; com qualsevol altra acció voluntària per tal de millorar la qualitat de vida de persones treballadores, comunitats en les quals l’empresa opera i de la societat” (Montañés, 2018, p. 9).

Tenint en compte això, segons Barbachan (2017) les empreses que es comprometen amb la responsabilitat social generen una cultura corporativa més innovadora i competitiva (citada per Uriquiaga Juárez et al., 2022, p.456). El fet d’implementar i notificar les bones pràctiques quant a societat, medi ambient i bon govern, comporta la generació d’una reputació i transparència. De manera que la RSC també implica un valor afegit a causa de buscar alternatives per reduir el seu impacte negatiu (citada per Uriquiaga Juárez et al., 2022, p.456). El Global Compact (2014) descriu el terme RSC de la següent manera:

Corporate sustainability is imperative for business today –essential to long-term corporate success and for ensuring that markets deliver value across society. To be sustainable, companies must do five things: Foremost, they must operate responsibly in alignment with universal principles and take actions that support the society around them. Then, to push sustainability deep into the corporate DNA, companies must commit at the highest level, report annually on their efforts, and engage locally where they have a presence. (p. 7)

S’entén que la RSC o Sostenibilitat és una manera de gestió que engloba un camp ampli quant a societat, ètica, medi ambient, transparència i bon govern. Amb altres paraules, es requereix l’adopció de la RSC des de tres perspectives, que fonamenten la sostenibilitat a llarg termini de les empreses. D’una banda, l’enfocament bioètic, el marc normatiu i legal i les responsabilitats compartides per la societat. Aquests tres aspectes han d’implementar-se de manera constant perquè la gestió empresarial sigui eficaç (Uriquiaga Juárez, Dávila Estrada, Linchi Kong Merchan, & Anticona López, 2022, p. 457).

Més enllà d’això, Ormaza, Ochoa, Ramírez i Quevedo (2020) afirmen que guiar-se en els principis de la Norma ISO-26000<sup>2</sup> són indicacions factibles per tal d’acomplir amb la RSC. Els autors asseguren que “contribueixen a estandarditzar els criteris i definicions de la RSE amb millor precisió per avaluar els impactes econòmics, social, ambientals i humans de les empreses que aspiren a certificar-se en la norma” (citada per Uriquiaga Juárez et al., 2022, p. 457-458).

Amb tot plegat i en termes més simples, la implementació de la RSC implica trobar un equilibri entre allò que és èticament correcte, allò que estableix la llei i les responsabilitats que tenim com a societat. Es tracta d’una acció que requereix la participació i la creativitat política de diferents actors, tant del sector privat com del públic, i fins i tot pot involucrar aliances internacionals. L’objectiu és

---

<sup>1</sup> Segons el Global Suite Solutions “la Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad, de 28 de diciembre supone un impulso a la transparencia de las empresas, contribuyendo además a medir, supervisar y comparar el rendimiento de dichas empresas, así como su impacto en la sociedad, el medioambiente o el empleo” (2023).

<sup>2</sup> Segons ISO “esta Norma Internacional pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización [...] Al aplicar esta Norma Internacional, es aconsejable que la organización tome en consideración la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y organizacional (2010).

fomentar una economia sostenible en què tothom comparteixi responsabilitats. (Urquiaga Juárez, Dávila Estrada, Linchi Kong Merchan, & Anticona López, 2022, p. 458).

#### 2.1.1.1 Dimensions de la RSC

D'acord amb aquestes definicions, la RSC es desglossa a partir del *Three Bottom Line*<sup>3</sup>: dimensió social, ambiental i econòmica (Bórquez Polloni & Lopicich Catalán, 2017).

Quant a la dimensió econòmica, Lobo, Pietriga i Appert (2015) es tracta d'un "sistema de producció que satisfà les necessitats de consumpció presents, sense comprometre les necessitats futures" (citat per Mensah, 2019, p.9). A més, Cao (2017) corrobora que la producció, la distribució i el consum són les principals accions que es duen a terme amb relació a l'àmbit econòmic (citat per Mensah, 2019, p.9).

D'altra banda, la dimensió social fa referència al fet de promoure l'equitat, l'accessibilitat, la participació, la identitat cultural i l'estabilitat institucional; sense causar destrucció mediambiental ni inestabilitat econòmica. Amb el propòsit de mitigar la pobresa, tenint en compte els recursos ambientals i econòmics de la societat, pretén influir en el desenvolupament de les comunitats (Mensah, 2019, p. 9-10). D'aquesta manera, segons Gray (2010) i Guo (2017) "to achieve social sustainability, enabling conditions for everyone to have the capacity to realize their needs, such as human rights, gender equity and equality, public participation, and the rule of law, must be addressed" (citats per Mensah, 2019, p. 10).

La dimensió ambiental de la RSC és la base que determina accions empresarials per tal que l'ecosistema "continui essent productiu i resistent per a sustentar la vida humana" (Mensah, 2019, p. 10). Els efectes del canvi climàtic, els quals condueixen al escalfament de l'atmosfera, augment del nivell del mar o dels gasos d'efecte hivernacle, fomenten la inestabilitat natural dels ecosistemes. I, per tant, també repercuteix en la societat i en l'economia. Per això, totes les activitats humanes i empresarials incideixen en la capacitat de producció de l'ecosistema, el qual s'ha de cuidar perquè pugui sustentar la vida humana (Mensah, 2019, p. 10).

Amb tot plegat, es pot afirmar que hi ha una relació estreta entre aquestes dimensions. Per tal d'implementar un desenvolupament sostenible, aquestes tres potes de la RSC han de fonamentar la presa de decisions empresarials (Wanamaker, 2018) (Mensah, 2019). En aquest sentit, Yang (2019) afirma que la implementació d'accions segons les tres dimensions (il·lustració 2) "proporcionaran un creixement sostenible per a una societat sostenible" (citat per Mensah, 2019, p. 8).

---

<sup>3</sup> Bórquez Polloni i Lopicich Catalán (2017, p. 130) expliquen que el terme va ser encetat per John Elington l'any 1994, amb el qual apunta que les empreses han de basar les seves decisions tenint en compte la seva repercussió en la dimensió econòmica, social i mediambiental.





Il·lustració 2: Relació entre la dimensió econòmica, social i mediambiental

Font: Wanamaker (2022)

### 2.1.2 Origen i evolució de la RSC

Els inicis de la RSC s'identifica en el 1870-1950, entenent-se com a accions per tal d'equilibrar la distribució de la riquesa (Appio, Madruga, & Frizon, 2018, p. 396) (Bom-Camargo, 2021, p. 138). A partir del 1950 – 1979, Bom-Camargo (2021, p. 138) apunta que autors com Bowen (1953), Frederick (1957), McGuire (1963), Davis (1967), Friedman (1970) i Carroll (1979) van identificar la implementació de la RSC a través d'accions de justícia social. Es relacionava el concepte amb accions que una empresa realitzava per a compensar o corregir el mal impacte i els danys causats al medi ambient com a resultat de les seves activitats de producció (Bom-Camargo, 2021, p. 138).

Més tard, a mitjan segle XX fins a principis del XX, es relaciona la RSC amb les necessitats socials i tot el relatiu a la societat (Bom-Camargo, 2021, p. 138). En aquest període es té en compte la RSC com a gestió empresarial ètica, amb la teoria de *stakeholders* i tenint present a la ciutadania corporativa. Per això Carroll (1999) teoritza la RSC explicant que “exige a la empresa el cumplimiento de todas las responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas (p. 289)” (citat per Bom-Camargo, 2021, p. 138).

Finalment, del 2000 fins a l'actualitat, s'ha entès el concepte com una manera de gestió fonamental per al desenvolupament empresarial. Es tracta d'un enfocament que busca combinar la cura del medi ambient, el respecte als drets humans i laborals, i el compromís amb diferents grups relacionats, com ara clients, treballadors, comunitats i proveïdors. La idea és la d'un model que abasta des de la planificació i la implementació fins al seguiment i l'avaluació, amb l'objectiu de generar millores constants i afegir valor per a totes les parts involucrades. (Viteri & Jácome, 2011, p. 96).

Així mateix, la RSC és la forma en què una empresa es compromet a actuar de manera ètica i responsable en totes les seves operacions i decisions. El fet de garantir que els recursos estiguin disponibles per a la gestió efectiva i eficient en l'aspecte ètic, l'empresa pot integrar consideracions

de la RSC en totes les seves activitats, assegurant que les seves pràctiques siguin sostenibles i contribueixin positivament a la societat i al medi ambient. La RSC implica no només tenir en compte els resultats financers, sinó també els impactes socials i ambientals, la qual cosa s'alineja amb l'objectiu d'assolir el desenvolupament sostenible. (Bom-Camargo, 2021).

### 2.1.3 Stakeholders

Tenint en compte aquest recorregut històric, segons Montañés (2018) explica que la RSC ha passat “del modelo financiero mono-agencia hacia un model multi-agencia (skateholder)” (p. 10), el qual és caracteritzat d’una interacció activa amb els gurps d’interès: clients, persones treballadores, proveïdors, societat. Aquesta explicació i l’evolució de les tendències de la RSC es veu exemplificada amb el següent esquema:



**Il·lustració 3: Model d'empresa monogència o financer**

Font: Montañés (2018, p. 10)

Així mateix, entenent que la RSC va adoptar una postura més paternalista cap a la societat, on primava el “valor accionarial” de l’entitat; ara, més que una postura, la RSC és -com s’ha definit- una manera de gestionar l’empresa implicant als *skateholders*<sup>4</sup>, acomplint la llei i informant de la seva activitat.

D’aquesta manera, la importància de la RSC, com a valor afegit, regeix en què és una eina perquè les empreses reconeixin que la seva activitat pot tenir conseqüències més enllà de la generació de beneficis econòmics. És a dir, una empresa que opera en un país en desenvolupament pot optar per no emprar pràctiques laborals injustes, com el treball infantil o l’explotació dels treballadors, i garantir condicions de treball dignes i respectuoses dels drets laborals. A més, pot implementar polítiques per reduir la seva petjada ambiental, com ara la reducció d'emissions contaminants, l’ús responsable dels recursos naturals i la promoció de la sostenibilitat. La RSC busca que les empreses assumeixin la responsabilitat del seu impacte a la societat i al medi ambient, prenent mesures per

<sup>4</sup> Es poden classificar en: primaris prioritzant clients, inversors, proveïdors, persones treballadores; i secundaris, on destaquen ONG’s, administracions públiques, mitjans de comunicació i grups de pressió.

evitar qualsevol violació dels drets humans i promovent pràctiques ètiques i sostenibles (ORSC, 2023).

De la mateixa manera que les empreses han de desenvolupar una estratègia de RSC coherent d'acord amb l'estratègia de negoci, també han de definir amb quins grups d'interès o *stakeholders* es relacionen i determinar si consideren els seus interessos i expectatives. En paraules de Moreno Prieto (2015):

Los grupos de personas que importan a la empresa son aquellos que nos puedan pedir cuentas por las consecuencias de nuestros actos, y esos grupos son aquellos que de una u otra forma se vean afectados por nuestras operaciones [...] Stakeholder es una persona o grupo de personas, presentes y futuras, que tiene un interés en la empresa o que se ven o pueden verse afectados por las operaciones que ésta realiza. De esta forma, las personas sobre las cuales una empresa debe ser responsable y sobre las cuales debe basar su sostenibilidad, son y serán sus stakeholders. (p. 488)

Partint d'aquesta definició, s'entén que la repercussió de les accions de les empreses comprèn un ampli ventall de grups d'interès. Al final, l'objectiu d'establir vincles amb aquests grups és millorar tant l'ambient com el tractament de la informació i de la seva transparència. Per això, tant les Memòries de Sostenibilitat, entenent-los com els informes<sup>5</sup> de report basats en el GRI i els Principis del Global Compact són mesures per tal de satisfer les expectatives de les parts interessades quant a transparència<sup>6</sup> de les seves accions de RSC (Paola Acuña, 2012).

Dimensión	Grupo de interés	Significado
Económica	Gobierno Corporativo	Integrado por personas naturales o jurídicas, instituciones públicas o privadas.
	Clientes o usuarios	Definidos por el volumen de ventas que representen para la institución.
	Proveedores	Catalogados por los productos o servicios que suministren a la institución para su operación.
	Empleados	Desempeñan un cargo específico dentro de la institución, a partir de una relación laboral con contrato de trabajo.
Social	Sociedad	Relacionamiento externo de la empresa, de acuerdo con las características de su actividad y los individuos, grupos o comunidades con que interactúe.
Ambiental	Medioambiental	Orientan el alcance de objetivos con desarrollo sostenible de la institución.

#### Il·lustració 4: Identificació dels grups d'interès.

Font: Zárate-Rueda, Beltrán-Villamizar, & González-García (2020, p. 219).

### 2.1.4 Comunicar la RSC

La "Lei 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno" cerca establir un marc normatiu per a fomentar tant la transparència organitzacional, com l'accés a ella per part de les persones ciutadanes. Les mesures que determina són: dret a l'accés a la informació, publicitat activa, obligacions de transparència en les webs, bon govern i protecció de dades (BOE, 2022).

<sup>5</sup> "En los Estándares GRI, el término "elaboración de informes de sostenibilidad" se refiere al proceso de preparar un informe, que empieza con la determinación por parte de la organización de sus temas materiales en función de sus impactos más significativos y finaliza en el informe en el que la organización hace pública la información relativa a estos impactos" (GRI, 2023, p. 10).

<sup>6</sup> Autors com Paola Acuña expressen la necessitat que les entitats s'han d'assegurar que la informació que presenten als grups d'interès sigui creïble. Això suposa proporcionar dades precises, raspallades per proves i fonts confiables (Paola Acuña, 2012).

Amb això, s'entén que el fonament per a aconseguir resultats positius empresarials regeix en la prèvia difusió de les accions amb relació a la RSC (Lock & Schulz-Knappe, 2019). A més, segons O'Riordan i Fairbrass (2014), fer partícip als *stakeholders* es pot fer a partir "d'activitats de comunicació, diàleg i operacions amb els principals grups d'interès, així com l'obtenció del seu consentiment" (citada per Soo Lim & A. Greenwood, 2017, p. 769). Així mateix, un dels principis de l'ISO 26000 (ISO) és buscar, de manera activa, la participació i el diàleg amb els grups d'interès. Això contribueix a la presa de decisions més informada i responsable; a més, està molt relacionat amb la promoció de la RSC en el moment de considerar i abordar els impactes socials, ambientals i ètics de l'entitat.

Per això, donar a conèixer la informació no financera de l'empresa a través de la seva plataforma web; xarxes socials; memòria corporativa o informes de progrés són d'utilitat per a mostrar -de manera transparent- els resultats empresarials (Pacto Mundial Red Española, 2020) (Liu, Heinberg, Huang, & B. Eisingerich, 2022). El sector tèxtil o de la moda, per exemple, es caracteritza per la deslocalització, el treball en condicions precàries i per a la contaminació (Lock & Schulz-Knappe, 2019):

The (fast) fashion industry resembles a controversial industry because of unsustainable practices within its complex supply chains (Arrigo, 2013). From an environmental perspective, the production processes involve the use of chemical substances posing a threat to the safety of local water and the global transportation of goods resembles an issue in terms of CO2 emissions (Seuring and Müller, 2008; Caniato et al., 2012; Fletcher, 2013). From a social perspective, it is associated with unethical working conditions and human rights violations (Seuring and Müller, 2008; Arrigo, 2013). In 2013, public pressure increased when the building of a clothing factory collapsed in Bangladesh. Thus, fashion companies are subject to sustainability pressures and attacks by NGOs and the public and are, therefore, especially forced to engage in CSR communication (Pedersen and Andersen, 2015). (p. 5)

D'aquesta manera, el fet de comunicar i publicar certa informació són mesures que ajuden a regular abusos tant a les persones, com al medi ambient i a evitar el *greenwashing*<sup>7</sup>. Més enllà d'aquestes qüestions, la participació de l'empresa en fòrums i estudis amb altres empreses i organitzacions també és una acció de transparència (Club de Exelencia en Sostenibilidad, 2016). Per tant, la comunicació és una eina tant al servei de la transparència<sup>8</sup> com de la creació d'una reputació empresarial (Soo Lim & A. Greenwood, 2017). Amb tot plegat, la manera de fer tangible els resultats i legitimar les accions de les empreses és a partir dels mediadors de sostenibilitat o RSC, els quals proposen criteris i principis per a determinar el grau de RSC de les corporacions.

### 2.1.5 Mesurament de l'impacte

Amb motiu de la "Ley 11/2018, de 28 de diciembre en materia de información no financiera y diversidad", s'emmarca la normativa que pretén fer "divulgación de información no financiera o

---

<sup>7</sup> És una manera de donar a conèixer un producte, donant-li connotacions positives, encara que no les tingui. Amb això es pretén que el producte o servei sembli més ecològic i sostenible del que realment és. Com a conseqüència, es posa en perill la credibilitat de les polítiques de RSC de l'empresa, ja que es dona una imatge enganyosa del compromís amb el medi ambient i la societat (Córdoba Cubero, 2021, p. 27).

<sup>8</sup> De Andrés i González (2012) conclouen que la transparència i la comunicació són aspectes fonamentals de la RSC. Per la seva banda, el Llibre Blanc recalca que "la transparencia y la comunicación de las acciones de la empresa hacia la sociedad han sido señaladas como una potente palanca de cambio. Por un lado para estimular el cambio interno empresarial [...] Y como una posibilidad que la sociedad tiene de reconocer a las empresas más responsables" (Subcomisión parlamentaria de RSC, 2006) (De Andrés & González, 2012)

relacionada con la responsabilidad social corporativa que contribuye a medir, supervisar y gestionar el rendimiento de las empresas y su impacto en la sociedad”. A més, aquesta acció s’encamina a consolidar “una economía mundial sostenible que combine la rentabilidad a largo plazo con la justicia social y la protección del medio ambiente” (BOE, 2018) (Pacto Mundial, 2023).

Per tal de mesurar i poder informar sobre la informació no financera, el GRI estableix un seguit d’indicadors relacionats tant amb els principis del Global Compact com amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible quant a l’impacte empresarial del desenvolupament sostenible (GRI, 2022).

El Global Reporting Initiative “és l’organització internacional independent que ajuda a les empreses i altres organitzacions a responsabilitzar-se dels seus impactes, oferint el llenguatge comú global per a comunicar els seus impactes”. A més, també col·labora amb el PwC<sup>9</sup> en el procés de certificar a empreses (GRI, 2023).

En el seu informe posa en relació cada número dels Objectius de Desenvolupament Sostenible amb els indicadors del GRI. En la següent taula es destaquen els ODS que es treballaran més endavant:

Nº ODS	INDICADOR GRI
<b>ODS 5 Igualtat de gènere</b>	GRI 202 Market Presence 2016; GRI 401 Employment 2016; GRI 404 Training and Education 2016; GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016; GRI 406: Non-discrimination 2016; GRI 408: Child Labor 2016; GRI 409: Forced Or Compulsory Labor 2016; GRI 414: Supplier Social Assessment 2016; GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016; GRI 2: General Disclosures 2021
<b>ODS 13 Acció Climàtica</b>	GRI 201: Economic Performance 2016. GRI 302: Energy 2016. GRI 305: Emissions 2016 GRI 11: Oil and Gas Sector 2021

#### Il·lustració 5: Correlació dels ODS amb els respectius Indicadors GRI

Font: Linking the SDGs and the GRI Standards (2022, p. 22-26, 61-62)

D’altra banda, el Global Compact (o Pacto Mundial) és la iniciativa de la ONU que porta a terme les pautes per a un desenvolupament sostenible. “Pretende establecer el compromiso y los principios de actuación de la organización en materia de responsabilidad social y servirá para guiar el desarrollo de su actividad, prestación de servicios y relación con sus grupos de interés” (Pacto Mundial Red Española, 2020, p. 3). D’aquesta manera, també emmarca els 10 principis que contribueixen en els ODS.

ÀMBIT	PRINCIPIS (P)	ASPECTES DE GESTIÓ EMPRESARIAL
<b>DRETS HUMANS</b>	P1: Protecció dels drets humans P2: Vigilància de la no vulneració dels drets humans	Prevenició de riscos laborals Promoció de la salut de la persona treballadora Plans de formació Protecció de dades Comunicació amb les persones clientes Gestió de la cadena de subministrament

<sup>9</sup> PwC és una xarxa global conformada per diferents empreses que operen en 152 països. L’empresa es dedica a oferir serveis d’auditoria, impostos i consultoria empresarial amb l’objectiu d’assegurar alts estàndards de qualitat (PwC, 2019-2023).

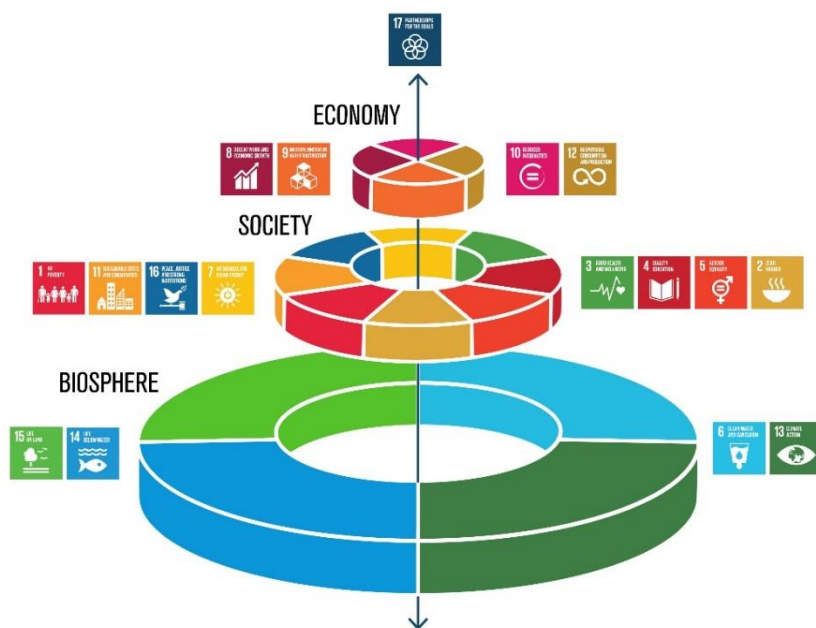
<b>NORMES LABORALS</b>	P3: Llibertat d'associació i dret a la negociació col·lectiva	Comunicació fluida amb la persona treballadora Plans d'igualtat
	P4: Eliminació del treball forçós	Polítiques de conciliació familiar i laboral
	P5: Erradicació del treball infantil	Integració de col·lectius en risc d'exclusió
	P6: Abolició de pràctiques discriminatòries en el treball i l'ocupació	
<b>MEDI AMBIENT</b>	P7: Protecció del medi ambient	Sensibilització quant a medi ambient
	P8: Responsabilitat ambiental	Programes de reducció de consums i residus
	P9: Desenvolupament i difusió de tecnologies respectuoses amb el medi ambient	Formació mediambiental del personal Desenvolupament i difusió de tecnologies respectuoses amb el medi ambient
<b>LLUITA CONTRA LA CORRUPCIÓ</b>	P10: Polítiques anticorrupció contra el suborn i l'extorsió	Gestió de riscos en corrupció Desenvolupament de polítiques de transparència

## II·l·lustració 6: Principis del Global Compact

Font: Global Compact (*UN Global Compact, sense data*) i Web CARM (*CARM, sense data*)

### 2.1.6 Objectius de Desenvolupament Sostenible

L'any 2015, l'ONU va establir l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible. L'informe planteja un pla d'acció per tal de "posar fi a la pobresa, protegir el planeta i millorar les vides i les perspectives de les persones en tot el món" (United Nations, sense data). Entenent que les empreses són les principals promotores dels canvis socials, mediambientals i econòmics, a causa de la repercussió de la seva activitat; la intenció de l'informe és que les entitats assumeixin tant els 10 principis del Global Compact, com els 17 ODS. D'aquesta manera, tenint presents aquests marcs, la consecució cap al desenvolupament sostenible serà factible (Pacto Mundial, 2017).



## II·l·lustració 7: Correspondència de cada ODS amb les dimensions de la RSC

Font: Stockholm Resilience (*sense data*)

L'Agenda 2030 serveix per a orientar a les organitzacions i opera en un context mundial. Per això, a escala internacional, d'Europa i Espanya, cada país té autonomia sobre les entitats que actuen amb relació a la RSC, sobre les seves necessitats legals i iniciatives. Per tant, els recursos que proposa el GRI, el Global Compact i els ODS emmarquen normatives i accions quant a desenvolupament sostenible, per a tenir un marc comú i per a saber la contribució al desenvolupament sostenible.

## 2.2 Context institucional

La determinació de les polítiques sobre RSC es basa en les pautes d'entitats i iniciatives internacionals que treballen perquè les empreses puguin adoptar bones pràctiques quant a bon govern, societat, medi ambient i drets humans. Aquestes directrius serveixen com una pauta de referència per a promoure la RSC en el teixit empresarial i contribuir al desenvolupament sostenible (Muriel Paez, 2021).

### 2.2.1 Internacional: actors i marc legal

L'Organització Internacional del Treball sorgeix per exigir drets laborals i condicions de treball justes, partint de la base que el fet de treballar és una activitat bàsica de l'ésser humà. L'entitat reivindica que el respecte a la llibertat sindical, dret a la negociació col·lectiva, no discriminació de la remuneració i el treball, prohibició del treball infantil i abstenció del treball forçós són els aspectes que fonamenten la relació entre persona treballadora i persona contractant. Des de la Conferència Internacional del Treball de l'OIT es plantegen normes internacionals per a convenis i declaracions en l'àmbit mundial. (Muriel Paez, 2021, p. 118-119)

D'altra banda, donat que l'erradicació de la corrupció és una qüestió que es treballa en la RSC, Transparència Internacional pretén "acabar amb la corrupció i promoure la transparència, la rendició de comptes i la integritat a tots els nivells i en tots els sectors de la societat" (Transparency International, sense data). Per això, cada any, la seva metodologia es basa en enquestes, en les quals determinen uns indicadors anomenats índex de percepció de la corrupció, el baròmetre global de la corrupció i l'índex de fonts de suborn (Muriel Paez, 2021, p. 118-119) (Transparency International, sense data).

L'*International Organization for Standardization*, per la seva part, emmarca normes per a la gestió de la qualitat i la responsabilitat social. ISO 14001:2015 "especifica els requisits per a un sistema de gestió mediambiental perquè una organització pugui utilitzar per a millorar el seu rendiment mediambiental" (ISO, 2021). L'ISO 9001:2015 és un sistema de gestió de qualitat que "promueve la adopció de un enfoque a procesos al desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente" (ISO, 2015).

D'altra banda, la Social Accountability International insta pràctiques laborals justes i es regeix en la Declaració dels Drets Humans i els convenis de l'OIT. L'actuació l'estàndard SA8000:2014 incideix en el treball infantil, treball forçós o obligat, salut i seguretat, llibertat d'associació i dret a la negociació col·lectiva, discriminació, pràctiques disciplinàries, hores de treball, remuneració i sistema de gestió. La certificació no funciona com a auditoria sinó com a un "sistema de gestió al desenvolupament social" (SAI, 2020).

L'Institute of Social and Ethical Accountability és una consultoria global que gestiona la normativa AccountAbility AA1000. El marc normatiu estableix les bases d'actuació quant al "rendiment de les

empreses en matèria de rendició de comptes, responsabilitat i sostenibilitat". Per fer-ho possible, treballa a partir dels següents estàndards: *AA1000 AccountAbility Principles*, *Stakeholder Engagement Standard* i *Assurance Standard* (Accountability, 2023).

## 2.2.2 Europea: actors i marc legal

L'any 2001 el Llibre Verd "Fomentar un marc europeu per a la Responsabilitat Social de les Empreses" de la Comissió Europea assenta les bases del context legal de la RSC a escala europea. Es tracta d'un document creat per ajudar al desenvolupament econòmic, social i mediambiental, amb l'objectiu d'aconseguir els objectius de RSC (Luelmo Millán, 2021, p. 639).

D'altra banda, la Directiva (UE) 2022/2381 realitzada pel Parlament Europeu i el Consell el 23 de novembre de 2022 té com a objectiu la representació més equilibrada d'homes i dones en els llocs de direcció de les empreses que cotitzen en la borsa. Per això, estableix unes pautes que facilitin la consecució cap a la igualtat de gènere en aquests rols. A més, dona un temps determinat a les empreses i organitzacions per a implementar les accions necessàries que exigeix la norma (BOE, 2022) (Pacto Mundial, 2022).

"La Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022" pretén millorar la precisió de la informació sobre sostenibilitat empresarial; amb l'objectiu de contribuir al Pacte Verd Europeu i als ODS (BOE, 2022) (Pacto Mundial, 2023).

El "Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020" estableix un sistema de classificació que identifiqui aquelles activitats econòmiques que mediambientalment són sostenibles. D'aquesta manera, el seu objectiu és que les accions empresarials tinguin un bon impacte, compleixin amb els estàndards ambientals i que es dirigeixin cap a una economia sostenible (BOE, 2020) (Pacto Mundial, 2022).

A part d'aquestes lleis, el Reglament (CE) núm. 1907/2006 REACH (Registre, Evaluació, Autorització i Restricció de substàncies i barreges químiques) és una llei de la Unió Europea que s'implementa amb la intenció de protegir la salut humana i el medi ambient quant a la contaminació de substàncies químiques<sup>10</sup>. A més de prohibir l'ús de certes substàncies, regir-se en la norma exigeix notificar sobre les substàncies utilitzades i avaluar els seus perills (Miteco, sense data) (Echa, sense data).

El "Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado<sup>11</sup> de composición de los productos textiles" estableix les bases per tal que aquelles empreses dedicades al sector tèxtil informin sobre la composició dels productes. Segons informa Europa l'etiqueta ha d'indicar: "la composició del teixit en percentatge i per ordre decreixent; usar text clar i llegible; i separar la informació sobre la composició del tèxtil de qualsevol altra informació" (Europa, 2023) (BOE, 1987).

"Directiva relativa a la eficiència energètica 2012/27/UE" pretén "anteposar l'eficiència energètica" i reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle en diferents sectors econòmics. Així mateix, la

---

<sup>10</sup> L'estàndard Bluesign és un segell que se centra en la gestió sostenible de la cadena de valor de la indústria tèxtil; "fomentant entorns de treball segurs, bon nivell de responsabilitat ambiental i una major confiança dels consumidors" (Bluesign, 2023)

<sup>11</sup> Hi ha certificacions com el Global Organic Textile Standard (GOTS). Justifica que "the aim of this Standard is to define requirements to ensure organic status of textiles, from harvesting of the raw materials, through environmentally and socially responsible manufacturing up to labelling in order to provide a credible assurance to the end consumer (GmbH, 2020).



normativa va encaminada a fomentar pràctiques sostenibles i mitigar l'impacte ambiental associat amb la producció i el consum d'energia (BOE, 2021) (Parlamento Europeo, 2022).

### 2.2.3 Espanyola: actors i marc legal

L'estratègia Espanyola d'Economia Circular i Plans d'Acció estableix línies d'acció per a una transició cap a una economia circular. L'estratègia es basa en la producció, consum, gestió dels residus, matèries primes secundàries, reutilització i depuració de l'aigua; investigació, innovació i competitivitat; participació i sensibilització; i treball i formació. L'objectiu de tot plegat és optimitzar l'ús dels recursos, reduir la generació de residus i promoure la reutilització i el reciclatge dels materials (MITECO, sense data).

La "Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible" pretén emmarcar unes "reformas estructurales para crear las condiciones que favorezcan un desarrollo económico sostenible, entendiendo por "economía sostenible" un patrón de crecimiento que concilie el citado desarrollo económico, el social y el ambiental" (Luelmo Millán, 2021, p. 663). La norma reitera que aquestes accions "afavoreixin a la qualitat, la igualtat d'oportunitats i la cohesió social; i, a més, que garanteixi l'ús racional dels recursos naturals" (Luelmo Millán, 2021, p. 663).

Quant a la "Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular" (BOE, 2022), assenta el marc que reguli, previngui i reduï la producció de residus. Així mateix, cerca protegir el medi ambient i la salut humana; a més de promoure la transició cap a una economia circular (Pacto Mundial, 2022).

Amb relació a l'àmbit d'igualtat i inclusió social en el context laboral, destaquen dues lleis. D'una banda, el distintiu del "Real Decreto 636/2022, de 26 de julio, por el que se regula el sello de inclusión social" pretén certificar a aquelles empreses que desenvolupin bones pràctiques quant a inclusió de col·lectius vulnerables i persones beneficiàries de l'Ingrés Mínim Vital (Pacto Mundial, 2022) (BOE, 2022). D'altra banda, el "Real Decreto-ley 6/2019, de 1 de marzo", determina la necessitat de garantir la igualtat d'oportunitats i de tractament entre homes i dones en l'àmbit laboral; a més d'oferir mesures per a conciliar la vida personal i familiar (BOE, 2023) (Pacto Mundial, 2019).

En termes de bon govern i transparència, la Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV) estableix el "Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas". El document funciona com a punt de partida per a les empreses que estiguin compromeses amb el principi «complir o explicar» (CNMV, 2020):

un sistema útil para lograr parte de los objetivos del buen gobierno corporativo y es el sistema seguido de forma consistente tanto en los principales países de la Unión Europea como en otros países desarrollados resaltando su flexibilidad en el modo de ser aplicado y la posibilidad de constituirse en una referencia de buenas prácticas de gobierno corporativo (p. 9).

A part de tot això, hi ha diferents certificacions d'entitats que, al mateix temps, determinen unes directrius. SGE 21 Forética és la gestió ètica i socialment responsable que actua amb relació a la transparència, a la integritat i a la sostenibilitat; facilita pautes perquè les empreses mesurin el seu impacte sostenible (Forética, 2008). En la mateixa línia, IQNet SR10 Sistema de Gestió de Responsabilitat Social "recoge las mejores prácticas y recomendaciones a nivel internacional en materia de responsabilidad social, como las establecidas en la ISO 26000" (AENOR, sense data).

## 2.3 RSC en el sector tèxtil a Espanya

Partint de dades recollides de l'any 2021, Modaes (2022, p. 114-118) apunta que el sector tèxtil ha representat un 2,7% del PIB espanyol, un 3,9% en la creació de llocs de treball<sup>12</sup>; i, un 8,5% d'importació<sup>13</sup> i exportació<sup>14</sup> de productes tèxtils. D'altra banda, hi ha cinc comunitats autònomes que destaquen quant a facturació en el comerç tèxtil durant el 2021. Madrid ocupa un 17,1% de vendes del sector; mentre que Catalunya aporta un 16,3% de facturació i Andalusia el 15,5%. Seguidament, València representa l'11,0% de vendes totals; i, el País Basc el 6,0% (Modaes, 2022).

A més, les dades proporcionades per Euromonitor International, facilitades exclusivament a Fashion United, la població espanyola va destinar 23.541,4 milions d'euros a la consumpció de roba i calçat, només l'any 2021 (Fashion United, 2023). Així mateix, es calcula que 13,2 milions de persones van comprar roba a través del comerç electrònic durant el 2021. D'aquesta manera, el mateix any, Espanya "va ser el quart país d'Europa en termes de facturació del comerç electrònic, amb 68,4 bilions d'euros el 2021" (Fashion United, 2023).

Segons el rànquing del MERCO, amb dades del 2022, INDITEX (puntuació 9465) se situa en la tercera posició entre les empreses espanyoles líders millor valorades. Ocupa el tercer lloc quant a responsabilitat ESG amb una puntuació de 8381; i la segona quant a millor reputació corporativa (puntuació 9847) (MERCO, 2023).

Mentre que Mango, entre les empreses espanyoles líders millor valorades, ocupa el lloc 34, amb una puntuació de 4425; i la segona posició en la distribució de la moda. Es troba en la posició 56 (puntuació 4621) amb relació a la responsabilitat ESG i la tercera del sector moda. I destaca en el rànquing amb el lloc 54 entre les empreses espanyoles amb millor reputació corporativa, amb una puntuació de 5224 (MERCO, 2023).

Tenint en compte aquestes dades, si bé el sector de la moda representa un elevat percentatge de l'economia espanyola; la indústria tèxtil comporta que moltes empreses es deslocalitzin, ofereixin treball en condicions precàries i, durant el procés de producció, es fomenti la contaminació (Lock & Schulz-Knappe, 2019). De fet, l'ONU va declarar l'any 2018 la indústria tèxtil en estat d'emergència climàtica, a més de les possibles potencialitats que pot aportar als Objectius de Desenvolupament Sostenible (Zarocostas, 2018).

Així mateix, aquest sector ha estat lligat a la mà d'obra i, conseqüentment, forma part dels processos d'industrialització. La globalització i la deslocalització, per la seva part, han transformat el procés de producció, tant quant a rapidesa de generar productes, com quant al volum; a través de la subcontractació de processos en diferents països. A més, la digitalització ha facilitat que el sector tèxtil tingui un gran abast global; de manera que això també repercuteix a l'increment de la venda i la distribució (García Torres & Rey García, 2020).

---

<sup>12</sup> "Número de empleados en España 2021 por categoría: Ropa 46,068.0; Calzado 27,987.0; Artículos de piel y peletería 436.0; Artículos tejidos y de crochet 7,859.0; Maletas, bolsos y artículos de marroquinería 7,818.0" (Fashion United, 2023).

<sup>13</sup> Euromonitor recompta que l'any 2021 Espanya la importació de roba va suposar 14.710,3 milions de dòlars (Fashion United, 2023).

<sup>14</sup> 11.861,1 milions de dòlars es van exportar a Espanya amb relació al sector textil l'any 2021 (Fashion United, 2023).

Aquestes qüestions es veuen representades amb el model de consumpció de moda ràpida, entès com a *fast fashion*<sup>15</sup>. Aquest fenomen ha canviat la forma en què es gestiona la cadena de subministrament en la indústria tèxtil, permetent una ràpida capacitat de resposta a les tendències; canvis freqüents en la varietat de productes oferts i dissenys de moda a preus reduïts (Caro & Martínez de Albéniz, 2015) (García Torres & Rey García, 2020). Per tant, com que la sostenibilitat en el sector tèxtil es veu amenaçada, García Torres i Rey García en el seu article entenen la sostenibilitat com a una oportunitat per a la competitivitat; plantegen l'economia circular, la digitalització i la transparència com a punts de partida del sector tèxtil espanyol cap a la sostenibilitat (2020):

La oportunidad que representa la sostenibilidad como fuente de ventaja competitiva de la industria de la moda española alrededor de tres principales palancas de activación: la economía circular, la digitalización, y la trazabilidad y transparencia. Se trata de oportunidades de eficiencia y eficacia, surgidas de la agenda común que plantean los ODS y concretadas a través de diferentes iniciativas y proyectos sectoriales en España y en el ámbito internacional. Es la magnitud y complejidad de estos retos y oportunidades lo que moviliza y dinamiza la colaboración en torno a una preocupación común: una industria de la moda verdaderamente sostenible en sus tres dimensiones —social, medioambiental y económica—. (p. 89)

Amb això, s'entén que la sostenibilitat pivota sobre els tres eixos que conformen la RSC: social, econòmic i mediambiental. En paraules de Rey García i Folgueira Suárez (2019, p. 276) “se trata de un puzzle basado en equilibrar la rentabilidad económica (*profit*), la contribución al desarrollo comunitario y la justicia social (*people*) y el respeto por el medio ambiente (*planet*)”.

Per contra, hi ha diferents aspectes pels quals la *three bottom line* es troba afectada. La utilització i l'abús dels recursos energètics, químics, naturals i la generació de residus contribueixen al ràpid ritme del tèxtil. De manera que augmenten els costos ambientals i la contaminació en cada fase de producció de la cadena de subministrament (Rey-García & Folgueira Suárez, 2019). A més, Biosca (2016) apunta que la deslocalització de la producció fomenta tant les condicions laborals precàries com les desigualtats, pobresa i l'explotació de persones i serveis. Tot plegat dona lloc a una desigualtat econòmica i social, a més d'abusar dels recursos naturals, afectant el medi ambient.

Per això, l'economia circular pretén utilitzar els recursos de manera eficient, utilitzant materials que es puguin reciclar i reutilitzar; de manera que es minimitzin residus (Rey-García & Folgueira Suárez, 2019). La “Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular” (BOE, 2022) exigeix el bon ús dels recursos naturals, partint de les problemàtiques climàtiques i marítimes, per tal de reduir els gasos d'efecte hivernacle i mitigar la contaminació. Aquesta llei es troba en concordança amb els ODS quant a acció climàtica. D'altra banda, “Make Fashion Circular” és la iniciativa internacional que advoca per “una economia circular de la moda [...] que contribueixi al medi ambient, als drets humans i a l'equitat de tots els involucrats en la indústria de la moda” (Ellen Macarthur Foundation, sense data).

Consegüentment, el consum responsable és un fet a tenir en compte quan es parla d'economia circular (Carrera Gallissà, 2017). En un context globalitzat, no només es tracta que la població civil

---

<sup>15</sup> “El modelo de *fast fashion* o moda rápida se basa en producir de forma masiva, y en un tiempo muy reducido, productos (prendas, zapatería, complementos, etc.) con diseños actuales y cambiantes a precios asequibles” (Rey-García & Folgueira Suárez, 2019, p. 277). En contraposició, trobem el *slow fashion* que “valora el proceso, la tradición cultural, el saber hacer, la proximidad del diseñador, la calidad, la transparencia, el ciclo de vida de la prenda y su reutilización” (Rey-García & Folgueira Suárez, 2019, p. 287) (García Torres, Rey García, & Albareda, 2017).

prengui consciència sobre els seus patrons de consumisme, sinó que el sector tèxtil millori quant a producció, consum i condicions laborals. De manera que contribueixin a la inclusió, sostenibilitat, al medi ambient i a la justícia de les societats en les quals les empreses operen (Castro, 2021).

Precisament d'això és cap a on s'efoquen els Objectius de Desenvolupament Sostenible. Partint de la idea que el sector tèxtil crea un alt percentatge de llocs de treball i gran part del PIB prové d'aquesta indústria, el tèxtil té l'obligació de ser sostenible en les seves accions quant a drets humans, medi ambient, transparència i bon govern. I, amb motiu d'emmarcar uns propòsits globals que encaminin a les societats cap a un desenvolupament comú i sostenible, s'incideix en l'ús ètic de qualsevol recurs, per tal de promoure el benestar del "medi ambient construït"<sup>16</sup> (Córdoba Cubero, 2021).

### 3. METODOLOGIA

S'entén que hi ha diversos motius pels quals les empreses han d'incorporar accions de bones pràctiques i prendre mesures per a complir els ODS. Fer transparents l'impacte ambiental, social, econòmic i de bon govern són les bases sobre les quals una empresa esdevé sostenible a llarg termini. A més, el fet de col·laborar amb programes per a millorar l'acció social i, implementar iniciatives pròpies desencadenen al bon funcionament corporatiu. Com a Pregunta General (PG), en aquesta investigació s'analitzarà quina és la contribució del sector tèxtil espanyol als ODS. Així mateix, com a Pregunta d'Investigació 1, es vol determinar quina és la contribució d'Inditex i Mango quant a Igualtat de Gènere i Acció Climàtica.

Per a realitzar la recerca s'ha decidit escollir dues empreses espanyoles. Les unitats d'anàlisi són Inditex i Mango, ambdós són mostres no probabilístiques i estratègiques. L'elecció d'aquests grups empresarials es deu al fet que són dos dels principals grups tèxtils que recorren a consumir la població espanyola.

Amb relació a la tècnica d'investigació, el procediment escollit és l'anàlisi comparativa (Sartori, 1994) entre Mango i Inditex. L'anàlisi comparativa és la tècnica més adequada per a conèixer les diferències i similituds de les unitats d'anàlisi escollides, pel que fa als resultats i a les accions de sostenibilitat que implementen.

El que s'ha volgut descobrir és el grau de RSC o sostenibilitat dels dos grups tèxtils. Segons l'informe "Contribució de les empreses del IBEX 35 a la Agenda 2030" (Pacto Mundial, 2023), es conclou que el 94% de les empreses de l'IBEX 35 han contribuït a l'Acció contra el Clima. D'altra banda, el seguiment mostra que amb relació a la Igualtat de Gènere, el 91% d'entitats han implementat accions per a complir amb l'objectiu. Per això, els ODS Acció Climàtica i Igualtat de Gènere s'han analitzat en la investigació perquè són els dos ODS que més hi han contribuït les empreses de l'IBEX 35.

Quant a les variables qualitatives, per a Igualtat de Gènere s'ha treballat amb la representació en l'alta direcció, polítiques contra la discriminació i l'assetjament, igualtat d'oportunitats, bretxa salarial, participació i creació d'iniciatives. D'altra banda, per a Acció Climàtica s'ha treballat amb les

---

<sup>16</sup> "Engloba a los valores naturales, sociales y culturales de una zona, influyendo en la vida presente y futura de los seres humanos" (Córdoba Cubero, 2021, p. 23).

variables: emissions de gas d'efecte hivernacle, consum d'energia, ús sostenible dels recursos, gestió de residus i, iniciatives de mitigació i adaptació al canvi climàtic.

El caràcter de les fonts cercades és primari, ja que la informació ha estat seleccionada per a l'autora segons l'adequació al treball. S'ha de tenir en compte que, per a trobar la informació que s'ha necessitat per a fer la comparació, s'han analitzat les memòries de sostenibilitat o d'informació no financera, així com documents proporcionats per les pàgines web.

## 4. ANÀLISI COMPARATIVA DELS RESULTATS DE LA INVESTIGACIÓ

En aquest apartat es pretén respondre a quina és la contribució del sector tèxtil espanyol a la sostenibilitat. Aquesta pregunta general s'ha acotat amb la Pregunta d'Investigació 1 (PI1): quina és la contribució d'Inditex i Mango quant a Igualtat de Gènere i Acció Climàtica? Amb això, es donarà peu a l'anàlisi comparativa dels resultats de la investigació entre Inditex i Mango. El capítol es divideix en dues parts: l'anàlisi de dades de la Igualtat de Gènere, i, d'altra banda, en l'anàlisi de dades de l'Acció Climàtica. Les dues parts estan subdividides en les variables que materialitzen els resultats.

### 4.1 Anàlisi de dades de l'ODS 5: Igualtat de Gènere entre Inditex i Mango

Segons l'ONU, la igualtat de gènere és un dret humà bàsic no només per a la integració de la dignitat d'una persona; sinó que també per conformar un món just, inclusiu i sostenible. Tot i que s'han aconseguit avenços en l'educació de nenes i en la representació de dones en posicions de lideratge, encara persisteixen desafiaments a causa de les lleis discriminatòries i la violència contra dones i nenes. La pandèmia de COVID-19 ha agreujat aquestes desigualtats, especialment en termes de treball no remunerat, dificultats econòmiques i augment de la violència domèstica. La igualtat de gènere continua sent un objectiu fonamental per assolir un món més just i inclusiu. (Nacions Unides, sense data).

#### 4.1.1 Representació en l'alta direcció

Un dels objectius que pauta Nacions Unides per assolir la igualtat de gènere és "asegurar la participació plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública" (Nacions Unides, sense data).

	<b>Inditex</b>	<b>Mango</b>
<b>Representació en l'alta direcció</b>	Els llocs de treball d'alta direcció durant el 2022 ha estat ocupat per un 80% de dones.	Durant el 2022 Mango ha comptat amb un 78% de dones (10.891 persones) en plantilla.
	La presència de dones en el Consell d'Administració ha representat un 45,45% l'any 2022.	El Consell de Mango està compost per quatre homes.
	En la plantilla, les dones tenen una presència del 75%.	

**Taula 1: Comparativa quant a representació de dones en l'alta direcció**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

Amb relació a la PI1, els dos casos de comparació compleixen les exigències de les normatives, però no de la mateixa manera. El fet que Inditex cotitzi a l'IBEX 35 fa que estigui obligada a regir-se a la

“Directiva (UE) 2022/2381 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de noviembre de 2022 relativa a un mejor equilibrio de género entre los administradores de las sociedades cotizadas y a medidas conexas”. En canvi, Mango (2022) no forma part de l'IBEX 35, però té la intenció de millorar els resultats, afirmant que amb el model de negoci:

Sustainable Vision 2030, nuestra nueva estrategia nos permite adelantarnos a la legislación (la actual y a la que está por llegar) e incorpora nuevos objetivos y sistemas de medición más exigentes ordenados en tres grandes bloques: Committed to Product, Committed to Planet y Committed to People (p. 6)

Les dades de Mango durant l'any 2022 mostren una presència de dones significativament diferent de la seva plantilla i al Consell d'Administració. Segons les xifres disponibles, el 78% dels llocs de treball a Mango van ser ocupats per dones, cosa que representa un total de 10.891 treballadores. D'altra banda, el Consell de Mango es compon únicament de quatre homes, sense comptar amb cap dona a la seva composició. (Mango, 2022).

Inditex, per la seva part, apunta que “la diversidad impulsada desde los órganos de gobierno y la Alta Dirección promueve el fomento de la igualdad de oportunidades en toda la Organización” (INDITEX, 2022, p. 264). El grup ha demostrat un enfocament més inclusiu i equitatiu en termes de gènere, Mango encara té marge per millorar i promoure una presència més gran de dones no tant en la seva plantilla, però sí que en la seva estructura directiva.

Tant Inditex com Mango tenen una presència significativa de dones a les seves plantilles, sent el percentatge de dones lleugerament major a Inditex (75% a Inditex davant 78% a Mango). No obstant això, en el Consell d'Administració, Inditex compta amb una representació més gran de dones: 45,45% a Inditex (cinc dones), en contraposició a cap dona al Consell de Mango. Aquesta comparació ressalta la importància de promoure la igualtat de gènere en l'àmbit empresarial i mostra que, si bé ambdues empreses tenen una presència significativa de dones a les seves plantilles, encara queda feina per fer per aconseguir una representació més equitativa en els nivells de presa de decisions i en les estructures directives. Ambdues companyies poden aprendre de l'enfocament de l'altra i treballar cap a una major inclusió i equitat en els seus equips directius per fomentar la diversitat i el progrés. (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

#### 4.1.2 Igualtat d'oportunitats

Implementar pràctiques i iniciatives per tal de garantir les igualtats d'oportunitats és un aspecte fonamental a l'entorn empresarial actual. Promoure la diversitat i garantir que tots els individus tinguin les mateixes possibilitats de desenvolupament professional incideix en el compromís de l'empresa amb la societat per a consolidar una societat més inclusiva. En aquest sentit, Inditex i Mango han realitzat diverses iniciatives per a contribuir a la igualtat i a la inclusió a les seves respectives organitzacions.

	Inditex	Mango
Igualtat d'oportunitats	L'any 2022, el 59% de les vacants es van cobrir de manera interna. El 75% de les promocions s'han cobert per dones; el 25% per homes. D'altra banda, 1.698 persones amb discapacitat han tingut cabuda en l'empresa. Impulsa la creació de nous llocs de treball amb el projecte for&from per a persones amb discapacitat. I, amb la Impact Week, Inditex fomenta la inclusió de les persones amb discapacitat. Un 80% de les incorporacions quant a perfil júnior va correspondre a talent femení.	No proporciona informació sobre el tant per cent de dones que s'ha promocionat internament. Però realitza accions i participa en iniciatives per a fomentar la igualtat d'oportunitats i la inclusió de col·lectius en risc d'exclusió. Mango ha augmentat un 76% la contractació de persones amb discapacitat, a partir del projecte Working Together Plan. A més, ha augmentat la presència de perfils júnior un 40%.

**Taula 2: Comparativa quant a igualtat d'oportunitats**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

“Toda la estrategia de personas se basa en cuatro pilares: promover nuestros valores y nuestra cultura, caracterizada por la diversidad, la inclusión y la igualdad de oportunidades” (INDITEX, 2022, p. 147). Inditex, l'any 2022, va aconseguir cobrir internament el 59% de les vacants disponibles. Aquest enfocament demostra un compromís significatiu amb el desenvolupament i la promoció interna del personal. A més, és notable el fet que el 75% de les promocions a l'empresa hagin estat ocupades per dones, mentre que el 25% correspon a homes. Aquesta distribució equitativa de les promocions reflecteix un esforç per a superar les barreres de gènere i garantir la igualtat d'oportunitats en l'ascens professional.

En relació amb la inclusió de persones amb discapacitat, Inditex ha donat cabuda a 1.698 individus a la seva empresa. Això s'ha assolit gràcies a iniciatives com el projecte for&from, que impulsa la creació de nous llocs de treball específicament per a persones amb discapacitat. Així mateix, a través del programa Impact Week, Inditex fomenta la inclusió d'aquestes persones al seu entorn laboral; a més de sensibilitzar i formar al seu personal quant a la qüestió. Els resultats evidencien el compromís de l'empresa per a promoure la diversitat i oferir igualtat d'oportunitats a totes les persones, independentment de les seves capacitats.

D'altra banda, Mango no proporciona informació detallada sobre el percentatge de dones que s'han promocionat internament a l'organització. Tanmateix, la companyia ha dut a terme diverses accions i iniciatives per fomentar la igualtat d'oportunitats i la inclusió de col·lectius en risc d'exclusió. A través del projecte *Working Together Plan*, Mango ha augmentat en un 76% la contractació de persones amb discapacitat. Aquest enfocament és una clara mostra de la preocupació de l'empresa per a garantir la participació activa i la integració laboral d'aquest col·lectiu. A més, s'ha observat un augment del 40% en la presència de perfils júnior a la plantilla de l'empresa. La iniciativa demostra un compromís per brindar oportunitats de desenvolupament professional als joves talents, promovent, així, la diversitat generacional a l'organització.

Amb tot, tant Inditex com Mango han demostrat un compromís en la promoció de la igualtat d'oportunitats i la inclusió a l'entorn laboral. Inditex ha aconseguit avenços destacats, amb un alt percentatge de promocions ocupades per dones i la inclusió de persones amb discapacitat a través de projectes específics. Mango, per part seva, ha augmentat la contractació de persones amb discapacitat i ha fomentat la incorporació de perfils júnior. Tot i que les dues companyies han implementat accions positives, encara hi ha àrees en què podrien millorar, com la transparència en

la promoció interna de dones en el cas de Mango. En general, aquests esforços reflecteixen un compromís amb la igualtat i la diversitat en l'àmbit empresarial, i assenten les bases per a un entorn laboral més inclusiu i equitatiu.

### 4.1.3 Bretxa salarial

Amb els resultats analitzats, es pot afirmar que la bretxa salarial és una qüestió bàsica quan es parla d'igualtat de gènere. Els dos casos comparatius proporcionen informació sobre la bretxa salarial entre homes i dones i el tracten com un aspecte rellevant en termes no només de promoció d'igualtat de gènere, sinó que també igualtat d'oportunitats. Facilitar aquesta informació revela les desigualtats sistemàtiques i estructurals que afecten a les dones en l'àmbit laboral.

	Inditex	Mango
<b>Bretxa salarial</b>	Inditex va realitzar un registre retributiu per a garantir el principi de transparència retributiva i la retribució igualitària. Amb això, es va concloure que no hi ha hagut discriminació per motiu de gènere quant a treballs del mateix valor.	Mango ha reduït la bretxa salarial del 2,7% a l'1,82%.
	Les dones han cobrat un 0,4% més que els homes	

**Taula 3: Comparativa sobre la bretxa salarial**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

Continuant fent referència a la PI1, per entendre la contribució dels casos de comparació a la Igualtat de Gènere, s'ha de tenir en compte la bretxa salarial en l'estructura empresarial. Per això, és important tenir presents els registres retributius, les polítiques retributives i els esforços realitzats per aquestes organitzacions per garantir la igualtat salarial i eliminar qualsevol forma de discriminació.

El 2022, Inditex va implementar un registre retributiu amb l'objectiu de promoure la transparència retributiva i la igualtat salarial per a feines d'igual valor. Els resultats d'aquest registre van revelar que no hi havia discriminació salarial per raó de gènere en posicions de treball d'igual valor. De fet, es va concloure que hi ha paritat salarial entre homes i dones a Inditex. A més, es va observar que les dones van rebre un 0,4% més de salari total en comparació dels homes. (INDITEX, 2022).

D'altra banda, Mango, ha aconseguit reduir la bretxa salarial ajustada del 2,7% a l'1,82%. La política retributiva de Mango es basa en la "garantia d'igualtat de salaris i drets per a totes les persones treballadores, rebutjant qualsevol forma de discriminació directa o indirecta" (Mango, 2022, p. 135). Aquesta política inclou aspectes com l'edat, el gènere, la raça, l'ètnia, la religió, l'orientació sexual, la condició social, l'estat civil, la nacionalitat, l'opinió política i les responsabilitats familiars. Aquestes mesures demostren el compromís de Mango amb la igualtat d'oportunitats i la no discriminació en l'àmbit laboral.

Tant Inditex com Mango han implementat polítiques i mesures amb l'objectiu de reduir la bretxa salarial i promoure la igualtat salarial. Els resultats obtinguts indiquen avenços quant a l'eliminació de la discriminació salarial per raó de gènere. Inditex ha demostrat una paritat salarial entre homes i dones, mentre que Mango ha aconseguit reduir la bretxa salarial ajustada a l'1,82%. Més enllà de tot això, cal destacar que Inditex està certificada amb el Gender Equality European and International



Standard en diferents filials europees. Es tracta d'una certificació que acredita que les empreses i els centres de treball estan contribuint a “una sociedad más equitativa, basada en la igualdad entre hombres y mujeres y en la diversidad e inclusión como valor esencial de sus políticas” (INDITEX, 2022, p. 53).

#### 4.1.4 Polítiques contra la discriminació i l'assetjament

Comparant els resultats sobre polítiques de discriminació i assetjament per a la igualtat de gènere a les empreses Mango i Inditex, es pot observar que les dues companyies han establert mesures per abordar aquesta qüestió i promoure la igualtat de gènere. S'ha de tenir en compte que Nacions Unides, per tal d'assolir l'ODS 5 un dels propòsits és “aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles”. De manera que és rellevant veure quines polítiques tenen els casos comparatius quant a fer front a la discriminació i l'assetjament.

	Inditex	Mango
<b>Polítiques contra la discriminació i l'assetjament</b>	"Política de diversidad e igualdad: fundamentos son, entre otros, el respeto, la aceptación y la igualdad" per donar un marc que proposi l'absència de discriminació en qualsevol categoria laboral, a més de la composició del Consell en l'Alta Direcció.	Amb el Codi de Conducta, Mango pauta el protocol quant a “salarios y horarios, no discriminación, trabajo forzado y libertad de asociación, entre otros aspectos” en el marc de la cadena de suministrament. “Los fabricantes no realizarán ningún tipo de discriminación en las prácticas laborales y de contratación por motivos de raza, nacionalidad, religión, discapacidad, sexo, edad, orientación sexual, asociación o afiliación política o cualquier otra situación”.
	Durant el 2022 es va aprovar la "Política Global de Acoso Sexual y del Acoso por Razón de Sexo o Identidad de Género en el Trabajo".	

**Taula 4: Comparativa sobre les polítiques contra la discriminació i l'assetjament**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

En el cas de Mango, de la mateixa manera que Inditex, ha implementat un Codi de Conducta que estableix pautes i protocols en diversos aspectes, com ara salaris, horaris, no discriminació, treball forçat i llibertat d'associació. És destacable que el codi de conducta emfatitza que els fabricants no han de discriminar a les pràctiques laborals i de contractació per motius de raça, nacionalitat, religió, discapacitat, sexe, edat, orientació sexual, associació o afiliació política, o qualsevol altra situació. A més, Mango compta amb un protocol d'assetjament i procediment d'auditories socials, cosa que indica que l'empresa està compromesa a prevenir i abordar l'assetjament laboral. (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

Per part seva, Inditex té una Política de Diversitat i Inclusió que es basa en els fonaments del respecte, l'acceptació i la igualtat. Aquesta política s'alinea amb la Política de Compliance i la Política de Drets Humans del Grup. Un dels objectius principals de la política és garantir l'absència de qualsevol mena de discriminació a l'empresa, especialment per raons de gènere en totes les posicions, incloent-hi el nomenament de membres del Consell i de l'Alta Direcció. A més, el 2022, Inditex va aprovar una Política Global de Prevenció de l'Assetjament Sexual i de l'Assetjament per Raó de Sexe o Identitat de Gènere en el Treball. És important esmentar que aquesta política pren en consideració el Conveni 190 de l'Organització Internacional del Treball sobre l'eliminació de la violència i l'assetjament al món del treball, ratificat per Espanya el maig del 2022 i que entrarà en

vigor el 2023, així com la Recomanació número 206 de l'OIT sobre la violència i l'assetjament. (INDITEX, 2022).

Aquests resultats demostren que les dues empreses han establert polítiques i protocols específics per abordar aquests problemes, cosa que reflecteix la seva voluntat de garantir un entorn de treball inclusiu i segur. Si bé és cert que Inditex ha adoptat polítiques basades en estàndards internacionals i la consideració de convenis i recomanacions d'organitzacions; Mango, en aquest aspecte, no ha pres la iniciativa, sinó que s'ha centrat a divulgar informació i emmarcar el seu Codi de Conducte.

#### 4.1.5 Creació i participació en iniciatives que contribueixen a la Igualtat de Gènere

En el context de la creació i participació en iniciatives que contribueixen a l'ODS 5, Igualtat de Gènere, les empreses analitzades han implementat diverses accions i col·laboracions. “En Inditex consideramos fundamental establecer alianzas estrechas y multidireccionales con distintas organizaciones e instituciones” (INDITEX, 2022, p. 40). Una de les iniciatives destacades del cas comparatiu és el *Punto Violeta Interno*, que s'ha creat amb la idea de consolidar una xarxa de suport per a les persones que pateixen o presenciaven situacions de violència de gènere. Aquesta xarxa cerca proporcionar ajuda, acompanyament i cura a les víctimes. D'altra banda, *Incluye* és el programa que advoca per la inclusió del col·lectiu amb discapacitat intel·lectual des del 2021. A més, Inditex ha estat reconeguda per la seva contribució a la igualtat de gènere mitjançant oportunitats d'ocupació. El 2022, el projecte *Salta* va rebre el Trofeu GEEIS SDG per la implicació contínua de l'empresa per promoure la igualtat de gènere en l'àmbit laboral (INDITEX, 2022).

	Inditex	Mango
Creació i participació en iniciatives que contribueixen l'ODS 5	Creació d'iniciatives: Incluye, Punto Violeta interno, Salta	Creació d'iniciatives: Mango Ambassador
	Col·laboració amb altres entitats: EPGO, ENAR, Every Mother Counts, IndustriALL Global Union, UNI Global Union, ACT (Action, Collaboration, Transformation), The Fashion Pact, Cáritas Counts, Water.org	Col·laboració amb altres entitats: Sustainable Apparel Coalition (SAC), The Fashion Pact. Amfori, Sedex, Diseñar-T.

**Taula 5: Comparativa sobre la creació i participació en iniciatives que contribueixen l'ODS 5**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

La col·laboració d'Inditex amb altres entitats també ha estat notable. Ha treballat en col·laboració amb Entreculturas al programa EPGO (*Educar Personas, Generar Oportunidades*), l'objectiu del qual és proporcionar educació i formació professional a persones en risc d'exclusió; ha beneficiat a 66.415 dones i noies d'Amèrica Llatina, Espanya i Sud-àfrica (INDITEX, 2022, p. 251). Així mateix, Inditex col·labora amb ENAR per a combatre totes les formes de discriminació i racisme, demostrant el seu compromís en la lluita contra la discriminació en totes les seves manifestacions (INDITEX, 2022, p. 157).

L'empresa també ha establert aliances amb organitzacions internacionals com *Every Mother Counts*, per tal de brindar cures prenatales i atenció a dones embarassades a Bangladesh i els Estats Units. A més, Inditex col·labora amb *IndustriALL Global Union*, *UNI Global Union*, *ACT (Action, Col·laboration, Transformation)*, *The Fashion Pact*, *Càritas Counts* i *Water.org*, mostrant el seu compromís en la promoció de relacions laborals madures i en la col·laboració amb diverses organitzacions per abordar problemes socials i ambientals. (INDITEX, 2022) (Mango, 2022)

D'altra banda, “para Mango, la creación de alianzas con otras organizaciones es clave para asegurar una gestión sostenible de la cadena de suministro” (Mango, 2022, p. 119) també ha implementat accions per a promoure la igualtat de gènere. Han creat el programa *Mango Ambassador*, a través del qual han seleccionat onze representants dels seus equips per ser agents de canvi dins i fora de la companyia. Aquests representants tenen la responsabilitat de comunicar i contribuir a la promoció de la igualtat de gènere. La iniciativa reflecteix el compromís de Mango a empoderar a les persones treballadores perquè siguin defensores de la igualtat de gènere en les seves comunitats.

A més, Mango ha establert col·laboracions amb entitats com *Sustainable Apparel Coalition (SAC)*, *The Fashion Pact*, *Amfori* i *Sedex*. Aquestes aliances són fonamentals per a millorar la traçabilitat i optimitzar els esforços en la realització d'auditories relacionades amb la sostenibilitat i les condicions laborals. Si bé Mango té la voluntat de millorar les pràctiques i assegurar-se que les seves operacions siguin socialment responsables i respectin els drets de les persones treballadores; també està compromesa en la promoció de la igualtat d'oportunitats per a la infància a Espanya. Participen en l'activitat *DiseñAR-T*, la qual proporciona activitats educatives i contribueix a la igualtat d'oportunitats futures per a tots els infants al país. El compromís amb la societat està justificat per a l'empresa amb el fet d'invertir en l'educació i el desenvolupament dels infants per promoure una societat més equitativa. (Mango, 2022)

En resum, tant Inditex com Mango han dut a terme diverses iniciatives i col·laboracions per contribuir a l'ODS 5 d'Igualtat de Gènere. Aquestes accions inclouen la creació de xarxes de suport, el foment d'oportunitats d'ocupació igualitàries, la lluita contra la discriminació, la col·laboració amb organitzacions internacionals i la promoció de la igualtat d'oportunitats per als infants. Aquestes empreses demostren el compromís amb la responsabilitat social i la contribució a la construcció d'un món més igualitari i equitatiu.

## 4.2 Anàlisi de dades de l'ODS 13: Acció Climàtica entre Inditex i Mango

La problemàtica del canvi climàtic té un impacte notable en tots els aspectes de la vida humana. El fenomen afecta les economies dels països i té conseqüències directes en els ecosistemes i el medi ambient. Les Nacions Unides han expressat la preocupació sobre aquest tema i ha alertat sobre els efectes del canvi climàtic. A més, apunta que la comunitat internacional s'està conscienciant de la importància de tractar aquest tema de manera urgent per pautar solucions i mitigar la repercussió de la petjada climàtica (Nacions Unides, sense data). Amb això, per entendre la contribució d'Inditex i Mango a l'Acció Climàtica s'han analitzat les emissions de gas d'efecte hivernacle, el consum d'energia, l'ús sostenible dels recursos, gestió de residus i iniciatives de mitigació i adaptació al canvi climàtic.

#### 4.2.1 Emissions de gas d'efecte hivernacle

Continuant fent referència a la PI1, Inditex ha estat reconeguda per *Financial Times* a l'*Europe's Climate Leaders 2022*. Aquesta acreditació reconeix a les empreses líders a Europa que estan prenent mesures ambiciosos per abordar el canvi climàtic. Això suposa que Inditex ha demostrat un compromís destacat en la reducció d'emissions de GEI i l'adopció de pràctiques sostenibles. “Todas las actividades de Inditex se realizarán de la manera más respetuosa con el medioambiente, favoreciendo la conservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos naturales” (INDITEX, 2022, p. 270).

	Inditex	Mango
<b>Emissions de gas d'efecte hivernacle</b>	Inditex ha estat reconeguda per <i>Financial Times</i> a l' <i>Europe's Climate Leaders 2022</i> .	El 2022, Mango com a membre de l'UN Fashion Charter va presentar un informe sobre el seu progrés i accions per reduir les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle. Aquest informe va ser avaluat utilitzant un qüestionari anomenat Climate del Carbon Disclosure Project (CDP), i Mango va rebre una qualificació B, la qual indica que la companyia ha pres mesures per abordar els impactes ambientals del seu negoci i ha demostrat una bona gestió ambiental en general.
	Emissions GEI: Abast1: 11.232, Abast 2 market-based: 0, Abast 2 location-based: 451.430, Abast 3: 17.223.485. Comptem amb objectius de reducció d'emissions aprovats per la Science Based Target emissions GEI d'abast 1 i 2 en un 90% per al període 2018-2030, i en un 20% per a les emissions GEI derivades de l'adquisició dels nostres béns i serveis per al mateix període.	Emissions GEH: Abast1: 2.785,8, Abast 2 location-based: 20.479,5, Abast 3: 1.413.187,1. Estratègia de reducció d'emissions es basa en: reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle un 80% per al 2030 i de ser 'net zero' el 2050.
	Com a projecte a futur destaca també el Parc Eòlic Port Exterior de la Corunya destinades a la reducció d'emissions GEH.	El 2022, Mango ha compensat 25.137 tones de CO <sub>2</sub> e, que abasten la majoria de les emissions emmarcades dins de l'abast 1 i 2 del 2021. El 2022, la Science Based Targets initiative (SBTi) ha aprovat que els objectius de reducció d'emissions de gasos d'efecte hivernacle (GEI) de la companyia estan alineats amb el nivell d'ambició definit a l'Acord de París.
	El grup compta amb un programa d'electrificació dels lliuraments d'última milla a la Xina, que permeten reduir les emissions GEH i la contaminació de l'aire a les ciutats, que els va permetre estalviar 217,18 tones de CO <sub>2</sub> equivalent.	

**Taula 6: Comparativa sobre les emissions de gas d'efecte hivernacle**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

Pel que fa a les emissions de GEI (Gasos d'Efecte Hivernacle), Inditex reporta les seves emissions a diferents abasts. L'abast 1 fa referència a les emissions directes de GEI provinents de fonts controlades per l'empresa, com ara la combustió de combustibles fòssils en instal·lacions pròpies. Inditex informa d'11.232 tones de CO<sub>2</sub> emeses equivalents quant a l'abast 1. Pel que fa a l'abast 2 - que venen a ser emissions d'electricitat- Inditex divideix les seves emissions en dues categories: abast 2 basat en el mercat i abast 2 basat en la ubicació. En el cas de l'abast 2 basat en el mercat, Inditex informa de 0 tones de CO<sub>2</sub>, cosa que demostra que l'empresa està obtenint energia elèctrica de fonts renovables o de baix contingut de carboni. D'altra banda, a l'abast 2 basat en la ubicació, Inditex reporta la generació de 451.430 tones de CO<sub>2</sub> equivalent; de manera que ha adquirit energia elèctrica de la xarxa elèctrica que pot provenir de fonts amb diferents intensitats d'emissions (INDITEX, 2022).

L'abast 3 es refereix a les emissions indirectes de GEI associades a les activitats de l'empresa, però que s'originen en fonts que no estan sota el seu control, com ara la producció de matèries primeres, el transport i la distribució. Declara que durant el 2022 ha emès 17.223.485 tones de CO<sub>2</sub> equivalents (INDITEX, 2022).

Inditex ha establert objectius de reducció d'emissions aprovats per la *Science Based Target Initiative* (SBTi). Aquests objectius inclouen una reducció del 90% de les emissions de GEI d'abast 1 i 2 per al període 2018-2030, i una reducció del 20% de les emissions de GEI derivades de l'adquisició de béns i serveis per al mateix període. A més, Inditex té projectes futurs com el Parc Eòlic Port Exterior de la Corunya, que està destinat a reduir les emissions de GEI. (INDITEX, 2022)

Mango, per la seva banda, ha compensat 25.137 tones de CO<sub>2</sub> equivalents del 2022, el qual representa la majoria de les emissions de GEI dins dels abastos 1 i 2 de l'any 2021. D'aquesta manera, ha pres mesures per neutralitzar part de les seves emissions de GEI a través de projectes de compensació. Pel que fa a les emissions de GEI reportades per Mango, a l'abast 1 informa de 2.785,8 tones de CO<sub>2</sub> equivalents. A l'abast 2 basat en la ubicació, Mango informa de 20.479,5 tones de CO<sub>2</sub> equivalents. A l'abast 3, Mango informa d'1.413.187,1 tones de CO<sub>2</sub> equivalents. (Mango, 2022).

L'estratègia de reducció d'emissions de Mango es basa en l'objectiu de reduir les emissions de GEI en un 80% per al 2030 i assolir la neutralitat de carboni ("net zero") el 2050. Mango també ha presentat un informe de progrés i accions per reduir les emissions de GEI com a part de la seva participació en l'*UN Fashion Charter*. L'informe va ser avaluat utilitzant el qüestionari *Climate del Carbon Disclosure Project* (CDP), on Mango va rebre una qualificació B, el qual indica que la companyia ha pres mesures i ha demostrat una bona gestió ambiental en general. (Mango, 2022).

En resum, les mostres de comparació han considerat i executat mesures per abordar les emissions de GEI en les operacions. Totes dues empreses han establert objectius de reducció i han estat reconegudes pel seu compromís amb la sostenibilitat. No obstant això, hi ha diferències en les xifres reportades d'emissions de GEI a cada abast, així com en les estratègies específiques de reducció. Aquestes dades mostren que les dues empreses estan treballant per minimitzar la seva empremta de carboni i contribuir a la mitigació del canvi climàtic.

#### 4.2.2 Consum d'energia

Inditex, al seu informe, reporta un consum energètic global de 6.101.340 giga juliols (GJ) l'any 2022. És important destacar que el consum d'energia elèctrica d'origen renovable a les instal·lacions pròpies, com ara seus, centres logístics, fàbriques i botigues, va aconseguir el 100% durant aquest període. Aquest èxit es deu a l'aliança amb VPPA (*Virtual Power Purchase Agreement*), fet que va permetre un estalvi total de 451.430 tones de gasos d'efecte hivernacle. (INDITEX, 2022).

	Inditex	Mango
Consum d'energia	Reporta un consum energètic global (GJ) 6.101.340. L'any 2022 el consum d'energia elèctrica d'origen renovable (aliança amb VPPA) de les instal·lacions pròpies (seus, centres logístics, fàbriques i botigues) va ser del 100%. Això suposa un estalvi total de 451.430 tones de gasos amb efecte d'hivernacle.	Compte amb un Pla d'Eficiència Energètica: marca un pla d'ecoeficiència per gestionar els seus punts de venda de la manera més eficient i amb el menor impacte ambiental possible, per assegurar la minimització del seu impacte ambiental en relació amb el consum d'energia, aigua i ús de materials.
	Destaca el llançament del Programa de Col·laboració per a la Millora Mediambiental de la cadena de subministrament, amb l'objectiu de reduir el consum d'energia i les emissions associades, així com la utilització d'energies renovables.	El 2022, Mango ha obtingut la certificació energètica BREEAM (Very Good) a la seva botiga de Portal de l'Àngel 7 (Barcelona).
	El consum d'energia global: incloent les seus corporatives, fàbriques pròpies, centres logístics i botigues pròpies, ha estat d'1.694.817 MWh 32 el 2022, i 1.636.795 MWh procedents de fonts renovables.	Mango ha tingut un consum d'un 66,9% d'energia renovable amb garantia d'origen el 2022, fins a 89.795 MWh.

**Taula 7: Comparativa quant al Consum d'Energia**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

Un aspecte rellevant és el llançament del Programa de Col·laboració per a la Millora Mediambiental de la cadena de subministrament, per tal de reduir el consum d'energia i les emissions associades, així com fomentar l'ús d'energies renovables. Això indica que Inditex no només s'enfoca en l'eficiència energètica interna, sinó que també treballa en la millora de la sostenibilitat a la seva cadena de subministrament, cosa que pot tenir un impacte significatiu en la reducció d'emissions al llarg de tota la seva cadena de subministrament. (INDITEX, 2022).

El consum d'energia global d'Inditex, que inclou seus corporatives, fàbriques pròpies, centres logístics i botigues pròpies, va ser d'1.694.817 megawatts hora (MWh) l'any 2022. D'aquesta quantitat, 1.636.795 MWh van provenir de fonts renovables, el qual representa un percentatge considerablement alt d'energia neta utilitzada per l'empresa. (INDITEX, 2022).

D'altra banda, Mango també ha mostrat el seu compromís amb l'eficiència energètica i la reducció de l'impacte ambiental a l'informe del 2022. La companyia ha implementat un Pla d'Eficiència Energètica que busca gestionar els seus punts de venda de manera més eficient i amb menys impacte ambiental. L'objectiu de tot plegat és minimitzar l'impacte en termes de consum d'energia, aigua i ús de materials. Quant al consum d'energia renovable, Mango va aconseguir un 66,9% d'energia amb garantia d'origen l'any 2022 i va assolir un total de 89.795 MWh. Tot i que aquesta xifra és significativa, cal destacar que encara hi ha marge de millora en la utilització d'energies netes per part de Mango. (Mango, 2022).

En termes de contribució a l'Acció Climàtica, ambdues empreses han pres mesures per reduir el consum d'energia i utilitzar fonts renovables. Inditex ha assolit un consum d'energia elèctrica completament renovable a les seves instal·lacions pròpies, que ha resultat en un estalvi substancial d'emissions de gasos amb efecte d'hivernacle. Més enllà del llançament del Programa de Col·laboració per a la Millora Mediambiental de la cadena de subministrament de Mango, l'empresa també ha implementat mesures d'eficiència energètica i ha obtingut la certificació energètica BREEAM (*Very Good*) a una de les seves botigues, el qual mostra el seu compromís amb la reducció de l'impacte ambiental de les seves activitats empresarials.

Amb tot, les mostres de comparació han demostrat una preocupació per l'eficiència energètica i la reducció de l'impacte ambiental l'any 2022. Inditex destaca per haver assolit un consum d'energia elèctrica 100% renovable a les instal·lacions pròpies, cosa que ha tingut un impacte significatiu en la reducció d'emissions de gasos amb efecte d'hivernacle. Mango ha mostrat avenços en la utilització d'energies renovables, però en comparació amb Inditex encara té marge per millorar. Ambdues empreses contribueixen a l'acció climàtica a través de les seves accions per reduir el consum d'energia i fomentar l'ús de fonts netes.

#### 4.2.3 Ús sostenible dels recursos

Tant Inditex com Mango han dut a terme accions i polítiques per a gestionar de manera més sostenible els recursos naturals a la seva cadena de subministrament i producció. Tot seguit, s'analitzaran els enfocaments i les mesures adoptades per les mostres de comparació.

Tenint en compte que Inditex es compromet en “la protección de los bosques primarios o amenazados, la lucha contra la deforestación y la prevención de la degradación de los ecosistemas (INDITEX, 2022, p. 190)”; cal apuntar que ha establert objectius clars pel que fa a l'ús de recursos naturals. Per exemple, s'ha compromès a utilitzar el 50% de les fibres naturals el 2022, fet que suposa acotar accions cap a la reducció de materials sintètics que tenen un impacte ambiental més gran. A més, Inditex ha implementat l'ús de cotó orgànic certificat per estàndards reconeguts com a *Organic Content Standard* (OCS) i *Global Organic Textile Standard* (GOTS). Aquests estàndards asseguren que les fibres de cotó usades a la producció són d'origen orgànic i compleixen amb criteris ambientals i socials. (INDITEX, 2022).

Quant a la gestió de l'aigua, Inditex ha aconseguit disminuir un 17% el consum relatiu d'aigua a la seva cadena de subministrament amb l'etiqueta *Join Life* en comparació de l'any 2020. Han implementat diverses mesures, com la reutilització del 100% de l'aigua al reg de jardins i fluxos de sanitaris a les seves instal·lacions de la Corunya. També han utilitzat tancs de tempesta per recol·lectar aigua de les cobertes dels seus centres i han substituït les aixetes i fluxos als centres de distribució per reduir tant el cabal com el temps de funcionament, obtenint estalvis significatius en el consum d'aigua. (INDITEX, 2022).

Inditex també ha establert una política de productes forestals que garanteix que els materials d'origen forestal fets servir provinguin d'explotacions sostenibles, evitant l'ús de fusta o polpa de boscos primaris i en perill d'extinció. Aquesta acció demostra un compromís amb la preservació dels recursos naturals i la biodiversitat. (INDITEX, 2022)

Mentrestant, “Mango reconoce tres puntos clave para trabajar hacia una colección más sostenible: Priorización de materiales más sostenibles; Procesos de producción de menor impacto ambiental; Diseño con criterios de economía circular” (Mango, 2022, p. 48-49). Amb això, Mango ha mostrat avenços en la utilització de fibres d'origen natural, assolint el 46% de fibres d'origen natural el 2022. A més, com a membre de *Better Cotton Initiative*, ha donat suport al cultiu de cotó sostenible a través de l'adquisició de grans quantitats de cotó *Better Cotton*. De manera que ajuda a promoure pràctiques agrícoles més sostenibles a la indústria del cotó. (Mango, 2022)

	Inditex	Mango
<b>Ús sostenible dels recursos</b>	El 50% de primeres matèries corresponen a fibres naturals durant l'exercici 2022. Inditex utilitza cotó orgànic certificat per Organic Content Standard (OCS) i Global Organic Textile Standard (GOTS). Amb l'etiqueta Join Life, Inditex ha disminuït un 17% el consum d'aigua relatiu (l/kg) de la cadena de subministrament davant del 2020. La Política de Productes Forestals estableix que tots els materials d'origen forestal que s'empren han de provenir d'explotacions forestals sostenibles, per evitar l'ús de fusta o polpa procedent de boscos primaris i en perill d'extinció.	El 46% Fibres van ser d'origen natural (48% el 2021). Com a membre de Better Cotton, el 2022 Mango ha donat suport al cultiu de cotó amb aquestes pràctiques a través de 24.640 tones de cotó Better Cotton (2021: 15.492t).
	S'ha reutilitzat el 100% de l'aigua en el reg de jardins i fluxors de sanitaris a les instal·lacions d'Indipunt, a Narón (la Corunya). L'ús de tancs de tempesta que durant el 2022 van permetre recollir 25.080 m³ d'aigua (10.439 m³ el 2021) de les cobertes dels nostres centres a Cerdanyola, Arteixo i Lelystad per fer-los servir en tasques de reg o la substitució de totes les aixetes i fluxors dels centres de distribució d'Espanya a altres que redueixen tant el cabal com el temps de funcionament consegüent estalvis de fins a un 55% de l'aigua emprada.	El 2022 Mango ha utilitzat 25.538 metres cúbics d'aigua a les seves instal·lacions i 12.882 milions de metres cúbics d'aigua a les matèries primeres. Mango forma part del programa Roadmap to Zero de ZDHC.
	El 2022 s'ha reduït el consum relatiu un 17%, davant els 9338 litres per quilogram de peça consumits el 2020.	Els certificats més utilitzats per a fibres més sostenibles són el Global Organic Textile Standard (GOTS), Organic Content Standard (OCS), Global Recycled Standard (GRS), Responsible Down Standard (RDS), Responsible Wool Standard (RWS), marca registrada de Lenzing, FSC®, i European Flax®. La producció de denim amb menor impacte ambiental compta amb informes EIM (Environmental Impact Measuring) de Jeanologia® o pells amb processos de curtició de menor impacte segueixen els estàndards de certificació Leather Working Group (LWG).
	El Programa Care for Water, emmarcat sota l'estàndard Green to Wear, distingeix les instal·lacions amb una adequada gestió de l'aigua sota dues categories: bones i excel·lents. A més, col·laboren amb experts en la sostenibilitat com Quantis per aconseguir un enfocament sòlid i basat en criteris científics per analitzar diferents matèries primeres i processos productius.	
	Compte amb un sistema de Gestió Ambiental (SGA) Certificat sota la norma internacional ISO 14001, l'SGA està implantat en el 100% de les seues corporatives, centres logístics propis i fàbriques pròpies del Grup. No es va registrar cap sanció	

**Taula 8: Comparativa sobre l'ús sostenible dels recursos**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

Mango també s'ha involucrat en el programa *Roadmap to Zero* de ZDHC (*Zero Discharge of Hazardous Chemicals*), fet que implica obliga a l'empresa a l'eliminar les substàncies químiques perilloses a la cadena de subministrament tèxtil. Així mateix, de la mateixa manera que Inditex, Mango ha utilitzat certificacions reconegudes com *Global Organic Textile Standard (GOTS)*, *Organic Content Standard (OCS)*, *Global Recycled Standard (GRS)*, *Responsible Down Standard (RDS)*, *Responsible Wool Standard (RWS)*, així com estàndards de certificació *Leather Working Group (LWG)* per assegurar la sostenibilitat en la producció de denim i cuir. (Mango, 2022).

Totes dues companyies no només donen informació de la seva contribució a l'Acció Climàtica, sinó que estan demostrant una gestió empresarial sostenible quant a la gestió de recursos naturals. Tant Inditex com Mango han implementat mesures per reduir el consum d'aigua, emprant materials sostenibles i evitant l'ús de recursos provinents de fonts no sostenibles. El fet de certificar-se amb estàndards i establir iniciatives contribueix a l'acció climàtica en reduir l'empremta ambiental de les seves operacions i en promoure pràctiques més responsables a la indústria de la moda.

És important destacar que els casos de comparació també col·laboren amb experts en sostenibilitat i s'adhereixen a estàndards i certificacions reconeguts a la indústria. Més enllà de reportar en xifres,



accions i iniciatives la seva contribució; mostren la seva responsabilitat mediambiental basada en criteris científics i un compromís amb la millora continuada en termes de sostenibilitat.

Com s'ha esmentat, aquestes pràctiques contribueixen a l'Acció Climàtica en reduir l'empremta ambiental de la producció de peces de vestir. L'ús de fibres naturals i orgàniques, així com la gestió responsable de l'aigua, ajuden a disminuir el consum de recursos naturals i reduir les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle associades a la producció i fabricació de materials tèxtils. A més, l'adopció de certificacions i estàndards de sostenibilitat garanteix una major transparència i traçabilitat a la cadena de subministrament, promovent pràctiques més responsables i ètiques a la indústria.

Amb tot plegat, tant Inditex com Mango estan treballant en l'ús sostenible de recursos a la seva cadena de subministrament i producció. A través de la implementació de diverses mesures i estàndards reconeguts, les dues empreses estan contribuint a l'Acció Climàtica en reduir-ne l'impacte ambiental i promoure pràctiques més responsables a la indústria de la moda. Tot i això, cadascuna hi contribueixen lleugerament diferent en termes de materials utilitzats, gestió de l'aigua i certificacions, cosa que reflecteix la diversitat d'estratègies adoptades en el sector per abordar els desafiaments ambientals.

#### 4.2.4 Gestió de residus

Abans de detallar l'anàlisi, s'ha d'incidir en diferents qüestions. Més enllà de la comparació de la quantitat de residus generats, la manera amb què es gestionen els residus, quines mesures es prenen per minimitzar els residus de producció, la promoció del reciclatge i la reutilització; s'identifica que El *Sustainability Innovation Hub* d'Inditex funciona com un espai de recerca per esbrinar de quina manera es poden tractar els materials i donar-los segones i terceres vides. (INDITEX, 2022)

També, l'aliança amb el *2025 Recycled Polyester Challenge* (iniciativa conjunta de l'organització *Textile Exchange* i l'*UN Fashion Industry Charter for Climate Action*) mou l'ús de "poliester reciclat i contribuir a una reducció d'emissions de gasos d'efecte hivernacle del sector" (INDITEX, 2022, p. 190). Tenint en compte que Mango compta amb una estratègia d'economia circular, l'empresa es "compromete a asegurar una gestión responsable de todo el sobrante de stock para asegurar su reutilización o correcto reciclaje y para evitar que se convierta en residuo textil" (Mango, 2022, p. 67).

Inditex ha implementat el programa *Zero Waste*, el qual estableix pautes per a la gestió adequada dels residus generats a les seves seves corporatives, centres logístics, fàbriques pròpies i botigues. Aquest programa cerca assegurar que els residus siguin recollits i gestionats de manera que puguin convertir-se en recursos disponibles per a la seva reutilització o reciclatge. A més, Inditex ha invertit en CIRC (Zara Pre-Owned), fet que implica la promoció de la reutilització de peces de vestir. (INDITEX, 2022).

	Inditex	Mango
Gestió de residus	Ha posat a disposició dels clients 78.675 tones de materials reciclats, un 90% més respecte del 2021.	Compta amb l'Estratègia de Circularitat: Give it back to the loop, Extended life y No waste.
	Ha generat un total de 20.632.280 kg de residus dels quals 18.607.803 kg han estat reciclats	Residu postindustrial: el 57% dels proveïdors gestionen de manera responsable els residus generats per a la producció de Mango; el 5% no poden assegurar que la gestió sigui responsable; i, el 39% no han contestat la petició de traçabilitat de Mango, o que han informat que no gestionen de manera responsable el residu.
	L'any 2022, amb el programa Recogida de Ropa, 17.015 tones de peces de vestir es van recuperar, dels quals més del 63% van ser reutilitzades. El 37% es va sotmetre a processos de reciclatge (degradació de la qualitat, conegut com a downcycling).	Residu preconsum: En col·laboració amb Formació i Treball, Mango ha donat 198.161 unitats. La finalitat de les donacions realitzades per Mango ha estat reutilització en un 63% dels casos, reciclatge en un 32% i cogeneració elèctrica en un 5%. Residu postconsum – 'Committed Box' funciona com l'estratègia d'economia circular per contribuir a la reducció dels residus tèxtils.
	S'ha regit en la "Directiva 2008/98/CE sobre los residuos a la legislación española a través la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular".	Llei 7/2022, de 8 d'abril, de Residus i Sòls Contaminats per a una Economia Circular (que és conseqüència del procés de transposició de la Directiva 2008/98/CE sobre els residus a la legislació espanyola) estableix l'obligatorietat de noves recollides separades a partir del 31 de desembre del 2024, entre elles, la dels residus tèxtils.
	Amb el programa Zero Waste, es pauta la gestió dels residus generats a les seues corporatives, centres logístics, fàbriques pròpies i botigues, perquè siguin degudament recollits i gestionats per ser recursos disponibles per a un nou ús a través de la seva reutilització o reciclatge. A més, Inditex ha invertit a CIRC i ha implementat el programa Zara Pre-Owned per oferir serveis de reparació, compravenda entre particulars i donació de peces.	

**Taula 9: Comparativa sobre la Gestió de Residus**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

Segons les dades recollides, el 2022, Inditex va recuperar 17.015 tones de peces de roba i calçat a través del seu programa de "Recogida de Ropa". Més del 63% d'aquestes peces van ser reutilitzades, mentre que el 37% restant es va destinar a projectes de reciclatge o revaloració energètica. A més, l'empresa ha posat a disposició dels clients 78.675 tones de materials reciclats, cosa que representa un augment significatiu del 90% en comparació del 2021. (INDITEX, 2022, p. 190-193)

La contribució d'Inditex en la reutilització i el reciclatge de peces de roba suposa la reducció de residus tèxtils i allargar la vida útil dels productes. A més, el seu programa *Zero Waste* demostra un compromís per a gestionar de manera responsable els residus generats a les seves diferents operacions.

Mango, per la seva part, ha implementat una estratègia de circularitat anomenada *Give it back to the loop*, que té com a objectiu tancar el cicle de vida dels productes i minimitzar els residus generats. Addicionalment, ha establert iniciatives com *Extended Life* i *No waste* per a promoure la reutilització i minimitzar el malbaratament de materials (Mango, 2022).

Pel que fa als residus postindustrials, Mango reporta que el 57% dels seus proveïdors gestionen de manera responsable els residus generats durant la producció. Tot i això, el 5% no pot assegurar una gestió responsable i el 39% restant no ha proporcionat informació sobre la traçabilitat o ha indicat que no gestionen adequadament els residus (Mango, 2022, p. 67). Si bé més del 50% de proveïdors

són transparents en les seves accions de gestió de residus; els resultats destaquen la importància de continuar treballant a la cadena de subministrament per a garantir pràctiques sostenibles en tota la producció.

Mango (2022, p. 67) també aborda els residus preconsum a través de donacions en col·laboració amb Formació i Treball. Segons les dades, s'han donat 198.161 unitats, el 63% de les quals es va reutilitzar, el 32% es va reciclar i el 5% es va destinar a cogeneració elèctrica. A més, ha implementat el concepte de *Committed Box* per tractar els residus postconsum. Aquesta estratègia d'economia circular té com a objectiu contribuir a la reducció dels residus tèxtils.

En termes legals, tant Inditex com Mango estan subjectes a la Llei 7/2022, de 8 d'abril, de Residus i Sòls Contaminats per a una Economia Circular, que és una conseqüència del procés de transposició de la Directiva 2008/98/CE sobre els residus a la legislació espanyola. Aquesta llei estableix l'obligatorietat de noves recollides separades, incloent-hi la de residus tèxtils a partir del desembre del 2024. (Mango, 2022) (INDITEX, 2022).

Amb tot plegat, la implementació d'estratègies per a gestionar i reduir els residus són aspectes bàsics que contribueixen a l'ODS Acció per al Clima. Les dues empreses promouen la reutilització i el reciclatge de peces de vestir, així com l'adopció de pràctiques sostenibles en la seva cadena de subministrament. Els resultats analitzats mostren la seva implicació en reduir la demanda de nous recursos, minimitzar els residus enviats als contenidors i evitar l'alliberació de substàncies contaminants.

#### 4.2.5 Iniciatives de mitigació i adaptació al canvi climàtic

La RSC està molt lligada al fet d'establir aliances i crear iniciatives per tal d'afavorir a la societat i el seu ecosistema. En el cas d'Inditex, contribueix a l'Acció Climàtica pantant accions sobre la descarbonització, amb l'objectiu d'aconseguir emissions netes zero per al 2040. Això s'alinea amb l'Acord de París i demostra la implicació amb la mitigació del canvi climàtic. A més, ha adoptat el marc de gestió i divulgació recomanat pel *Task Force on Climate-related Financial Disclosures* (TCFD), la qual indica una transparència i rendició de comptes en relació amb la seva activitat climàtica. (INDITEX, 2022)

Així mateix, també ha establert metes específiques en àrees com ara la gestió de l'aigua i l'energia. Per exemple, busca reduir el 25% del consum d'aigua a la cadena de subministrament per al 2025 i disminuir l'ús d'energia a les botigues en un 10%. Així mateix, a través del programa *Green to Pack*, s'estan introduint estàndards de qualitat als embalatges per fomentar l'ús de materials reciclats i facilitar-ne el reciclatge. (INDITEX, 2022)

Pel que fa a Mango, l'estratègia de sostenibilitat és la *Sustainable Vision 2030*, la qual "se centra en implementar medidas para reducir el impacto de la compañía sobre el planeta mediante cuatro ejes: cambio climático, consumo de agua, packaging y estrategia de protección de la biodiversidad" (Mango, 2022, p. 80). Amb això, l'empresa té com a objectiu a assolir emissions netes zero per al 2050, amb metes intermèdies per al 2030. També ha establert objectius específics per a la protecció de la biodiversitat, el consum d'aigua i l'embalatge. Cal tenir en compte que Mango és membre del *Fashion Pact* i l'*UN Fashion Charter*, igual que Inditex, de manera que el fet de formar part d'aquestes entitats corrobora i afirma el seu compromís en la indústria tèxtil espanyola. A més, s'ha unit a iniciatives com *Canopy Style* per protegir els boscos i ha prioritzat l'ús de materials i fibres alternatives de menys impacte ambiental. (Mango, 2022)

	Inditex	Mango
Iniciatives de mitigació i adaptació al canvi climàtic	La descarbonització és un dels eixos principals de Full de Ruta de Sostenibilitat, d'acord amb el marc de l'Acord de París. Per al 2040 es preveuen les zero emissions netes.	La <i>Vision 2030 de Mango Sustainable</i> s'enfoca a reduir l'impacte ambiental en quatre àrees clau: canvi climàtic, consum d'aigua, embalatge i protecció de la biodiversitat.
	El marc de gestió i divulgació relacionat amb el clima es basa en les recomanacions del Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), al qual el Grup es va adherir el juny del 2020.	Pel que fa al <b>canvi climàtic</b> , Mango té com a objectiu assolir emissions netes zero el 2050, amb metes intermèdies per al 2030 de reduir un 80% d'emissions directes de gasos d'efecte hivernacle i un 35% d'emissions indirectes.
	Al Full de Ruta de la Política de Sostenibilitat es detalla que mentre que el 2022 més del 50% d'articles compta amb etiquetatge Join Life; per al 2023 s'aconseguirà el Residu Zero (Zero Waste) a les instal·lacions pròpies; per al 2025 es reduirà el 25% de consum d'aigua a la cadena de subministrament; i, el 2040 s'aconseguiran les zero emissions netes.	Amb motiu de la <b>protecció de la biodiversitat</b> , Mango és membre del Fashion Pact i l'UN Fashion Charter. De manera que es compromet a prioritzar materials i fibres alternatives de menor impacte ambiental, millorar la traçabilitat de materials d'origen animal i vegetal i unir-se a la iniciativa CanopyStyle per protegir els boscos.
	Estratègies en matèria mediambiental: <b>Estratègia de Biodiversitat</b> (dimensions d'Evitar (Avoid), Reduir, Restaurar, Regenerar i Transformar): Objectiu 1 és el d'Augmentar el nivell de consciència sobre la importància i el valor de la; Objectiu 2 reduir les pressions directes sobre la biodiversitat i promoure'n la utilització sostenible; Objectiu 3 millorar la situació de la diversitat biològica protegint els ecosistemes les espècies i la diversitat genètica. <b>Estratègia Global de la Gestió de l'Aigua</b> : promoure un consum d'aigua més eficient en instal·lacions per reduir el consum d'aigua un 50%; treballar amb la cadena de subministrament per garantir la conservació de la qualitat ambiental; i garantir la transparència de totes les accions que cal realitzar en matèria d'aigua. <b>Estratègia Global d'Energia</b> : Reduir en un 15% la intensitat energètica en operacions pròpies per cada article posat al mercat; i disminuir un 10% l'ús d'energia a les botigues.	Pel <b>consum d'aigua</b> , l'empresa busca reduir el seu impacte total en un 25% per al 2030. Quant a l' <b>embalatge</b> , Mango s'esforça per optimitzar i reduir l'ús de materials i residus al llarg de la cadena de valor, centrant-se en l'eliminació o substitució de components i embalatges de plàstic.
	<b>Programa Green to Pack</b> : Estàndards de qualitat dels embalatges per introduir-hi materials reciclats, allargar-ne la vida útil i facilitar-ne el reciclatge. A través de la plataforma corporativa <b>Sustainability Innovation Hub</b> es realitza la recerca i el desenvolupament de noves matèries primeres i fibres més sostenibles mitjançant l'ús de noves tecnologies. Projectes de col·laboració amb tercers en matèria de circularitat i innovació ( <b>MIT Spain, Ellen MacArthur Foundation, Global Fashion Agenda o Euratex</b> ). Aplicació de l'estàndard <b>Green to Wear</b> a la cadena de subministrament.	El SAC ha desenvolupat l' <b>Índex Higg</b> , en la qual Mango es basa per mesurar l'impacte del conjunt de la seva activitat. Mango es regeix en l'estàndard i els protocols de la iniciativa <b>Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)</b> per a minimitzar l'ús de substàncies químiques nocives al llarg de la cadena de subministrament. També utilitzen el <b>GHG Protocol</b> i els criteris de la <b>Science Based Targets Initiative (SBTi)</b> per al càlcul de la seva empremta de carboni a l'entorn. El 2022, per primera vegada i com a membre de l'UN Fashion Charter, Mango reporta la seva evolució i iniciatives en reducció d'emissions de gasos amb efecte d'hivernacle a través del qüestionari <b>Climate de Carbon Disclosure Project (CDP)</b> , obtenint una qualificació B; reconeixent que ha gestionat els impactes ambientals de manera sostenible. El 2022, la companyia ha actualitzat el seu estàndard de substàncies químiques i seguretat en els processos de producció que ha de ser complet per tots els seus proveïdors sobre la base del nou <b>ZDHC MRSL 3.0</b> .

**Taula 10: Comparativa d'iniciatives de mitigació i adaptació al canvi climàtic**

Font: Elaboració pròpia a partir dels documents de sostenibilitat (Mango, 2022) (INDITEX, 2022)

En termes de divulgació i transparència, Mango ha reportat la seva evolució i iniciatives de reducció d'emissions a través del qüestionari Climate de Carbon Disclosure Project (CDP). Demostrant, així, una voluntat de retre comptes i de comunicar les seves accions en relació amb el canvi climàtic. Tant Inditex com Mango contribueixen a l'Acció Climàtica. Com s'ha vist, les dues empreses estan adaptades per tal de reduir les emissions de gasos d'efecte hivernacle i adaptar-se als impactes del canvi climàtic. Inditex, amb l'objectiu d'aconseguir emissions netes zero per al 2040; i Mango amb l'objectiu d'emissions netes zero per al 2050. Aquests compromisos mostren un reconeixement de la urgència d'abordar el canvi climàtic i un compromís amb la mitigació dels efectes. (Mango, 2022)

A més, tant Inditex com Mango estan implementant estratègies específiques per abordar altres aspectes relacionats amb el canvi climàtic, com ara la gestió de l'aigua, l'ús d'energia i la protecció

de la biodiversitat. Aquestes accions contribueixen a la reducció de la petjada ambiental i a la promoció de pràctiques sostenibles a la indústria de la moda. L'anàlisi comparativa revela que totes dues companyies han pres mesures significatives per mitigar-ne l'empremta de carboni i adaptar-se als impactes del canvi climàtic.

Aquestes iniciatives demostren que Inditex i Mango estan assumint la seva responsabilitat com a actors importants a la indústria de la moda i reconeixen la necessitat d'abordar el canvi climàtic. El fet d'adoptar pràctiques basades en la ciència, com ara el marc del TCFD i la participació en iniciatives reconegudes, ambdues companyies demostren una comprensió de la importància de la transparència i la rendició de comptes en relació amb les accions climàtiques. Tanmateix, és considerable continuar monitorant i avaluant el progrés d'aquestes iniciatives per garantir-ne l'efectivitat a llarg termini.

### 4.3 Visió del conjunt

Uriquiaga Suárez et al. (2022) plantegen l'enteniment del concepte RSC com la necessitat d'integrar l'ètica, el marc jurídic i les responsabilitats col·lectives a la implementació de la RSC. També emfatitzen en la importància de la creativitat política i la col·laboració entre diferents actors per promoure una economia sostenible i assumir responsabilitats compartides en benefici de la societat i el medi ambient.

Les empreses que tenen una gran repercussió quant a activitat empresarial i econòmica, requereixen un marc en el qual quedi constància de la seva responsabilitat ètica. Més enllà de les mostres analitzades, això no només suposa que les empreses compleixin amb la normativa legal, les diferents regulacions i les certificacions; sinó que també suposa comunicar i divulgar les accions encaminades a promoure l'equitat, la justícia social, el respecte dels drets humans i la sostenibilitat en el conjunt de la societat.

Quant a la contribució d'Inditex i Mango a l'ODS 5 Igualtat de Gènere, responen d'acord amb la representació en l'alta direcció, polítiques contra la discriminació i l'assetjament, igualtat d'oportunitats, bretxa salarial i participació i creació d'iniciatives quant a l'ODS 5. Al mateix temps, aquestes variables funcionen com a mesures per a la transparència informativa i de bon govern d'acord amb la "Lei 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno" (BOE, 2022).

En aquest sentit, les variables esmentades responen als indicadors del GRI: GRI 202 Market Presence 2016; GRI 401 Employment 2016; GRI 404 Training and Education 2016; GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016; GRI 406: Non-discrimination 2016; GRI 408: Child Labor 2016; GRI 409: Forced Or Compulsory Labor 2016; GRI 414: Supplier Social Assessment 2016; GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016; GRI 2: General Disclosures 2021 (GRI, 2022, p. 22-26, 61-62).

Així mateix, com s'ha explicat en el marc teòric i com s'ha analitzat en les Memòries de Sostenibilitat basades en el GRI, es pot afirmar la necessitat d'aquests documents per tal de satisfer les expectatives de les parts interessades quant a transparència<sup>17</sup> de les seves accions de Sostenibilitat o RSC (Paola Acuña, 2012, p. 2). A més d'acomplir amb la "Ley 11/2018, de 28 de diciembre en materia de información no financiera y diversidad", per a consolidar "una economía mundial

---

<sup>17</sup> "Reforzar la credibilidad de la información presentada a las partes interesadas reduce el riesgo asociado a una comunicación inadecuada con estos grupos" (Paola Acuña, 2012, p. 2).

sostenible que combine la rentabilidad a largo plazo con la justicia social y la protección del medio ambiente” (BOE, 2018) (Pacto Mundial, 2023).

D'aquesta manera, es corrobora la declaració de Gray (2010) i Guo (2017) recuperada del marc teòric: “to achieve social sustainability, enabling conditions for everyone to have the capacity to realize their needs, such as human rights, gender equity and equality, public participation, and the rule of law, must be addressed” (citats per Mensah, 2019, p. 10). Precisament això va molt lligat amb els principis del Global Compact lligats a l'ODS 5, els quals s'ha vist que les empreses analitzades hi contribueixen notablement així com la protecció dels drets humans; vigilància de la no vulneració dels drets humans; eliminació del treball forçós o fet baixa coacció; l'erradicació del treball infantil, i l'abolició de pràctiques discriminatòries en el treball.

D'altra banda, cal incidir de nou en el fet que el sector tèxtil es caracteritza per la deslocalització, el treball en condicions precàries i per a la contaminació (Lock & Schulz-Knappe, 2019). En termes mediambientals, la producció i consum de *fast fashion* implica la utilització de productes químics que representen una amenaça per a la seguretat dels ecosistemes. A més, el transport mundial de mercaderies contribueixen significativament a les emissions de CO<sub>2</sub>. De manera que tot plegat influeix en el canvi climàtic i, per tant, en l'acció climàtica.

Per entendre la contribució d'Inditex i Mango a l'ODS 13 Acció Climàtica s'han tingut en compte les emissions de GEI, el consum d'energia, l'ús sostenible dels recursos, la gestió dels residus i les iniciatives de mitigació i adaptació al canvi climàtic. A tall de síntesi, una frase que engloba aquestes qüestions, Inditex indica que donen “especial atención a las materias primas que incluimos en nuestros productos, por su relación con la biodiversidad, el consumo de agua o la generación de emisiones de gases de efecto invernadero” (INDITEX, 2022, p. 187). Mentrestant, “Mango tiene el objetivo de conseguir que el 100% de los materiales utilizados en sus prendas sean más sostenibles y de menor impacto ambiental para 2030” (Mango, 2022, p. 61).

D'aquesta manera, els indicadors del GRI amb relació a l'Acció Climàtica es veuen reflectits principalment en el GRI 201: Economic Performance 2016, GRI 302: Energy 2016, GRI 305: Emissions 2016, GRI 11: Oil and Gas Sector 2021 (GRI, 2022, p. 22-26, 61-62).

La transparència dels impactes de l'activitat empresarial esdevé clau per a la regulació dels abusos tant a les persones, com al medi ambient i per a evitar el *greenwashing* (o blanqueig verd). Així mateix, cal incidir en el fet que la creació d'iniciatives, la participació i la col·laboració de les empreses “en fòrums i estudis amb altres empreses i organitzacions” (Club de Exelencia en Sostenibilidad, 2016, p. 18) també són una forma de transparència; a més de mostrar-se compromesa amb el conjunt de la societat. D'aquesta manera, tot plegat es pot confirmar amb els resultats analitzats. Mentre que Inditex col·labora amb l'*Ellen MacArthur Foundation*, *Circular Fashion Partnership*, *Global Fashion Agenda* o el *Fashion for Good* quant a l'economia circular i quant a les iniciatives de reciclatge; Mango es decanta per ser membre del *Fashion Pact*, del *Sustainable Apparel Coalition*, *Fashion Industry Charter for Climate Action* de Nacions Unides i del ZDHC (INDITEX, 2022) (Mango, 2022).

A més, cal tenir en compte que el Global Compact apunta principis com mantenir un enfocament preventiu que afavoreixi el medi ambient; fomentar les iniciatives que promoguin una major responsabilitat ambiental; i, afavorir el desenvolupament i la difusió de les tecnologies respectuoses amb el medi ambient. Per això, el fet d'estar subscrit a la Carta de la Indústria de la Moda para la Acció Climàtica de les Naciones Unidas; que una marca estigui certificada amb el OEKO-TEX®

STANDARD 100; o, fins i tot, seguir els ideals del Fashion Act incideixen en la importància de la creativitat política i la col·laboració entre diferents actors per promoure una economia sostenible i assumir responsabilitats compartides en benefici de la societat i el medi ambient (Urquiaga Juárez, Dávila Estrada, Linchi Kong Merchan, & Anticona López, 2022).

## 5. CONCLUSIONS

S'ha observat que el sector tèxtil és un camp que pot aportar valor a la societat, al medi ambient i a les accions de bon govern, en el marc dels ODS. La piràmide que relaciona els ODS amb les tres dimensions de la RSC indica que la base per assolir tots els altres objectius regeix en l'Acció Climàtica, entre altres qüestions.

Amb els resultats a mà, es pot afirmar que a partir dels principis del Global Compact, els indicadors del GRI i establir un model de negoci basat en els ODS són els trets que encaminen la consecució de l'ODS 5 i 13. S'ha identificat que els dos casos de comparació pretenen millorar l'eficiència en la indústria de la moda, alienant-se amb la sostenibilitat quant a la societat, medi ambient i economia. Per això, la base, entre altres qüestions, és la col·laboració amb aquelles entitats que consideren que el tèxtil s'ha de consolidar com un camp sostenible a llarg termini.

Cal incidir en les diferències principals entre Inditex i Mango. Per una banda, encara que els dos casos de comparació donen resposta a les variables exigides, tracten i entenen de manera diferent el fenomen de la sostenibilitat. Mango emmarca la *Sustainable Vision 2030* que es divideix en *Committed to People*, *Committed to Planet* i *Committed to Product*. Es tracta d'una manera senzilla d'entendre sobre què actua i com actua quant a la responsabilitat social corporativa i fer-la més accessible a aquelles persones que no estan especialitzades en el camp.

Inditex, per la seva banda, proposa un enteniment més ambigu del concepte i, per tant, més especialitzat. En el seu model de negoci posa en el centre els clients per tal de consolidar les seves expectatives quant a la contribució al desenvolupament sostenible i el respecte dels drets humans. A més, posa un clar enfocament en la transparència, la innovació i la creativitat.

També s'ha de destacar el prestigi que tenen les dues mostres analitzades arreu del món. Les dues empreses són conegudes, són marques de referència mundialment i cada una té pes en el món del tèxtil. Tot i això, hi ha una diferència en com funcionen, Inditex compta amb el *Sustainability Innovation Hub*, una iniciativa dedicada a la cerca i a posar en el punt de mira quin tractament se li poden donar als materials i dotar-los de segones i terceres vides. Mango no té cap plataforma similar a aquesta; encara que tingui l'Estratègia de Circularitat, que pauta *Give it back to the loop*, *Extended life* i *No waste* (aquesta última coincideix, d'alguna manera, amb *Zero Waste* d'Inditex).

D'altra banda, la rellevància que se'ls donen a les parts interessades també es veu en forma de transparència informativa. S'han pogut analitzar diferents mètodes per promocionar la Igualtat de Gènere, des de la representació en l'alta direcció, polítiques contra la discriminació i l'assetjament, igualtat d'oportunitats, bretxa salarial, participació i creació d'iniciatives. L'anàlisi comparativa, en conjunt, demostra que tant Inditex com Mango no només proposen informació necessària quant a l'exercici 2022; sinó que van més enllà enllaçant els ODS amb els principis del Global Compact i els indicadors del GRI.

A part dels casos de comparació, el teixit empresarial pot contribuir a l'Acció Climàtica i la Igualtat de Gènere informant i oferint una alfabetització sobre la sostenibilitat als grups d'interès. El fet de promoure eines, treballs, col·laboracions, projectes i documents que acreditin informació de qualitat i demostrin la manera com s'encara la sostenibilitat en l'era de globalització és necessària no només per a fomentar la transparència; sinó que també per a contribuir al bon govern.

## 6. FONTS D'INFORMACIÓ

Accountability. (2023). *Accountability Standards*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Accountability: <https://www.accountability.org/standards/>

AENOR. (sense data). *Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social IQNet SR10*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a AENOR: <https://www.aenor.com/Paginas/certificacion/sistemas/responsabilidad-social/rs10.aspx>

Appio, J., Madruga, B., & Frizon, N. (2018). Responsabilidade Social Empresarial: Um estudo de caso à luz da concepção piramidal de Archie Carroll. *Sistemas & Gestão, XIII*(3), 394-401. doi:<https://www.revistasg.uff.br/sg/article/view/1422>

Barrio, E., & Enrique, A. (Enero-Junio de 2018). Responsabilidad Social Corporativa. Estudio sobre la identificación y clasificación de los stakeholders. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC, 17*(17), 90-109. doi:17.7263/ADRESIC.017.005

Biosca, À. (2016). *De fashion víctima consumidor consciente. Un viaje para vivir la moda sostenible en 6 pasos*. Consultat el 4 / Maig / 2023, a DocPlayer: <https://docplayer.es/31293598-De-fashion-victim-a-consumidor-consciente-un-viaje-para-vivir-la-moda-sostenible-en-6-pasos.html>

Bluesign. (2023). *bluesign about*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a <https://www.bluesign.com/en/about>: <https://www.bluesign.com/en/about>

BOE. (5 / Juny / 1987). *Documento consolidado BOE-A-1987-16727*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a BOE: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1987-16727&p=20110223&tn=1#>

BOE. (28 / Desembre / 2018). *BOE-A-2018-17989*. Consultat el 1 / Maig / 2023, a BOE: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2018-17989>

BOE. (22 / Juny / 2020). *Documento DOUE-L-2020-80947*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a BOE: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2020-80947>

BOE. (28 / Setembre / 2021). *Documento DOUE-L-2021-81334*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a BOE: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2021-81334>

BOE. (27 / Juliol / 2022). *Documento BOE-A-2022-12509*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a BOE: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-12509](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-12509)

BOE. (8 / Abril / 2022). *Documento BOE-A-2022-5809*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a BOE: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-5809](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-5809)

BOE. (24 / Desembre / 2022). *Documento consolidado BOE-A-2022-5809*. Consultat el 3 / Maig / 2023, a BOE: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-5809>



- BOE. (7 / Diciembre / 2022). *Documento DOUE-L-2022-81801*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a BOE: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2022-81801>
- BOE. (16 / Diciembre / 2022). *Documento DOUE-L-2022-81871*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a BOE: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2022-81871>
- BOE. (09 / Juliol / 2022). *Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*. Consultat el 30 / Abril / 2023, a BOE: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20220709&tn=2>
- BOE. (1 / Març / 2023). *Documento consolidado BOE-A-2019-3244*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a BOE: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2019-3244>
- Bom-Camargo, Y. I. (Abril-Junio / 2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Sociales, XXVII(2)*, 130-146. Consultat el 17 / abril / 2023
- Bórquez Polloni, B., & Lopichich Catalán, B. (2017). La dimensión bioética de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). *Observatori de Bioètica i Dret Universitat de Barcelona, 41*, 121-139. Consultat el 27 / Abril / 2023
- CARM. (sense data). *¿CUÁLES SON LOS ÁMBITOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?* Consultat el 30 / Abril / 2023, a CARM Web: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=24377&IDTIPO=11&RASTRO=c2126\\$m34201](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=24377&IDTIPO=11&RASTRO=c2126$m34201)
- Caro, F., & Martínez de Albéniz, V. (2015). Fast Fashion: Business Model Overview and Research Opportunities. *Retail Supply Chain Management: Quantitative Models and Empirical Studies, 237-264*. doi:[https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7562-1\\_9](https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7562-1_9)
- Carrera Gallissà, E. (1 / Març / 2017). Los retos sostenibilistas del sector textil. *Revista de Química e Industria Textil(220)*, 20-32. Recollit de <http://hdl.handle.net/2117/103614>
- Castro, J. (2021). La Industria Textil y de la Moda, Responsabilidad Social y la Agenda 2030. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación(100)*, 67-85. doi:<http://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi100.3986>
- Club de Exelencia en Sostenibilidad. (2016). *Estudio multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España*. Madrid. Consultat el 20 / Febrer / 2023
- CNMV. (2020). *Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas*. Barcelona: Cálamo y Cran. Consultat el 2 / Maig / 2023
- Córdoba Cubero, M. (2021). La Responsabilidad Social Empresarial y el Greenwashing como estrategias empresariales: efectos sobre el medio ambiente. Caso de la industria textil. *Observatorio Medioambiental, 24*, 21-32. doi:<https://doi.org/10.5209/obmd.79512>
- De Andrés, S., & González, R. (Juliol-Diciembre / 2012). La comunicación en el marco de la Responsabilidad Social Bases para una definición de Comunicación Responsable. *adResearch ESIC, 6(6)*, 14-31. doi:10.7263/ADR.RSC.006.01
- Durán Álamo, P., Cuesta Valiño, P., & Penelas Leguía, A. (15 / Marzo / 2023). Los ODS en distribución comercial: Su comunicación en Instagram y páginas webs y la felicidad del

- consumidor en compras que los aplican. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 29. doi:<https://doi.org/10.7263/adresic-29-253>
- Echa. (sense data). *Comprensi3n de REACH*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Echa Europa European Chemicals Agency: <https://echa.europa.eu/es/regulations/reach/understanding-reach>
- Ellen Macarthur Foundation. (sense data). *Rediseñar el futuro de la moda*. Consultat el 3 / Maig / 2023, a Ellen Macarthur Foundation: <https://ellenmacarthurfoundation.org/es/temas/moda/vision-general>
- Europa. (2 / Gener / 2023). *Etiquetado de los textiles*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Europa EU: [https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/textile-label/index\\_es.htm](https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/textile-label/index_es.htm)
- Fashion United. (Gener / 2023). *Estadísticas del sector de la moda en España*. Consultat el 3 / Maig / 2023, a Fashion United: <https://fashionunited.es/statistics/estadisticas-de-consumo-y-ventas-de-la-moda-en-espana>
- Forética. (2008). *SGE 21 Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable*. Madrid: FORÉTICA. Consultat el 2 / Maig / 2023
- García Torres, S., & Rey García, M. (Gener-Febrer / 2020). Sostenibilidad para la competitividad de la industria de la moda española: hacia una moda circular, digitalizada, trazabe y colaborativa. *ICE Revista de Economía*(912), 87-100. doi:<https://doi.org/10.32796/ice.2020.912.6966>
- García Torres, S., Rey García, M., & Albareda, L. (2017). Effective Disclosure in the Fast Fashion Industry: from Sustainability Reporting to Action. *Sustainability*, 9, 2256. doi:10.3390/su9122256
- García-Santos, J., & Madero-Gómez, S. (Enero-Junio / 2016). La Evolución del Concepto de Responsabilidad Social Corporativa: Revisión literaria. *Conciencia Tecnológica*(51), 38-46. Consultat el 10 / abril / 2023
- Giraldo-Patiño, C., Londoño-Cardozo, J., Micolta-Rivas, D., & O'neill-Marmolejo, E. (2021). Marketing sostenible y responsabilidad social organizacional: un camino hacia el desarrollo sostenible. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, IX(1), 71-81. doi:<https://doi.org/10.15649/2346030X.978>
- Global Compact. (2014). *GUIDE TO CORPORATE SUSTAINABILITY*. United Nations, New York. Consultat el 29 / març / 2023
- Global Compact. (2021). *Estudio de CEO del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Accenture de 2021. Temas destacados sobre la igualdad de género, diversidad e inclusión*. Estudio, United Nations. Consultat el 25 / Abril / 2023
- Global Compact. (sense data). *About the UN Global Compact*. Consultat el 30 / Abril / 2023, a Un Global Compact: <https://unglobalcompact.org/about>
- Global Suite Solutions. (30 / Març / 2023). *Ley de información no financiera y diversidad – LINF*. Consultat el 18 / Abril / 2023, a Global Suite Solutions: <https://www.globalsuitesolutions.com/es/ley-de-informacion-no-financiera-y-diversidad-linf/>

- GmbH. (2020). *GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD (GOTS) VERSION 6.0*. Stuttgart. Consultat el 2 / Maig / 2023
- Gobierno de España. (2014). *Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas*. Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Consultat el 10 / Febrer / 2023
- Gómez Nieto, B., & Martínez Domínguez, R. (15 / Agost / 2015). *Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa*. (a. r. comun, Ed.) Consultat el 25 / Maig / 2023, a Scielo: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-25222016000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-25222016000100002&script=sci_arttext)
- González Masip, J., & Cuesta Valiño, P. (Primer semestre, enero-junio / 2018). De responsabilidad social a sostenibilidad corporativa: una revisión actualizada. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC, XVII(17)*, 46-71. doi:17.7263/ADRESIC.017.003
- Gray, R. (Gener / 2010). Is accounting for sustainability actually accounting for sustainability...and how would we know? An exploration of narratives of organisations and the planet. *Accounting, Organizations and Society, 35(1)*, 47-62. doi:<https://doi.org/10.1016/j.aos.2009.04.006>
- GRI. (24 / Maig / 2022). *Linking the SDGs and the GRI Standards*. Consultat el 1 / Maig / 2023, a Global Reporting: <https://www.globalreporting.org/search/?query=Linking+the+SDGs+and+the+GRI+Standards>
- GRI. (2023). *Estándares GRI Consolidados*. Consultat el 1 / Maig / 2023
- GRI. (2023). *Global Reporting About GRI*. Consultat el 1 / Maig / 2023, a Global Reporting: <https://www.globalreporting.org/about-gri/>
- Guo, F. (2017). The spirit and characteristic of the general provisions of civil law. *Law and Economics, 3*, 5-16. Consultat el 10 / Abril / 2023
- INDITEX. (2022). *Estado de Información No Financiera 2022*. Espanya: INDITEX. Consultat el 26 / Maig / 2023
- ISO. (2010). *ISO 26000:2010(es)*. Consultat el 19 / Abril / 2023, a Online Browsing Platform (OBP): <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- ISO. (2015). *ISO 9001:2015*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a ISO OBP: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>
- ISO. (2021). *ISO 14001:2015*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a ISO Web: <https://www.iso.org/standard/60857.html>
- Liu, Y., Heinberg, M., Huang, X., & B. Eisingerich, A. (13 / Octubre / 2022). Building a competitive advantage based on transparency: When and why does transparency matter for corporate social responsibility? *Business Horizons*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2022.10.004>
- Lock, I., & Schulz-Knappe, C. (2019). Credible corporate social responsibility (CSR) communication predicts legitimacy: Evidence from an experimental study. *Corporate Communications: An International Journal, 24(1)*, 2-20. doi:10.1108/CCIJ-07-2018-0071

- Luelmo Millán, M.-A. (2021). Responsabilidad Social y Sostenibilidad Corporativas: hacia una necesaria y urgente superación de ambos conceptos. *REVISTA DE DERECHO UNED*(27), 619-668. Consultat el 2 / Maig / 2023
- Mango. (2022). *Memoria de sostenibilidad 2022*. Espanya: Mango. Consultat el 23 / Maig / 2023
- Mensah, J. (8 / Setembre / 2019). Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for humanaction: Literature review. (S. Ricart Casadevall, Ed.) *Cogent Social Sciences*, 5(1). doi:<https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1653531>
- MERCO. (2023). *Rankings merco*. Consultat el 3 / Maig / 2023, a merco monitor empresarial de reputación corporativa: <https://www.merco.info/es/rankings-merco>
- Miteco. (sense data). *Calidad y evaluación ambiental Productos químicos Reglamento Reach*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Miteco: <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/productos-quimicos/reglamento-reach/>
- MITECO. (sense data). *Estrategia Española de Economía Circular y Planes de Acción*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a MITECO: <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategia/>
- Modaes. (2022). *Informe Económico de la Moda en España 2022*. Barcelona. Consultat el 3 / Maig / 2023
- Montañés, T. C. (2018). *Responsabilidad Social Corporativa*. Espanya: Elearning. Consultat el 27 / març / 2023
- Montañés, T. C. (2018). *Responsabilidad Social Corporativa*. Espanya: Elearning.
- Mora Mayoral, M., & Martínez Martínez, F. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad y Desarrollo*(31, suplemento), 27-46. doi:<http://dx.doi.org/10.19052/ed.4375>
- Muriel Paez, M. (02 / Diciembre / 2021). *Marco legal de la responsabilidad social en el mundo*. Consultat el 30 / Abril / 2023, a Revistas Universidad de El Salvador: <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/conjsociologicas/article/view/2081>
- Nacions Unides. (sense data). *Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos*. Consultat el 01 / Juny / 2023, a Naciones Unidas: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/>
- Nacions Unides. (sense data). *Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*. Consultat el 25 / juny / 2023, a UN.ORG: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Observatorio de RSC. (s.d). *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa*. Consultat el 20 / Febrer / 2023
- ORSC. (2023). *Que es RSC?* Consultat el 21 / Abril / 2023, a Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa: <https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>
- Pacto Mundial. (17 / Març / 2017). *La misión del Pacto Mundial: 10 Principios + 17 ODS*. Consultat el 30 / Abril / 2023, a Pacto Mundial Web: <https://www.pactomundial.org/noticia/10-principios-17-ods/>

- Pacto Mundial. (2019). *Real Decreto-ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Pacto Mundial: <https://www.pactomundial.org/leyes-directivas-normativas-sostenibilidad/real-decreto-ley-6-2019-de-1-de-marzo-de-medidas-urgentes-para-garantia-de-la-igualdad-de-trato-y-de-oportunidades-entre-mujeres-y-hombres-en-el-empleo-y-la-ocupacion-incorpora-cambio>
- Pacto Mundial. (27 / Diciembre / 2022). *Directiva (UE) 2022/2381 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de noviembre de 2022 relativa a un mejor equilibrio de género entre los administradores de las sociedades cotizadas y a medidas conexas*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Pacto Mundial: <https://www.pactomundial.org/leyes-directivas-normativas-sostenibilidad/directiva-ue-2022-2381-del-parlamento-europeo-y-del-consejo-de-23-de-noviembre-de-2022-relativa-a-un-mejor-equilibrio-de-genero-entre-los-administradores-de-las-sociedades-cotizadas-y>
- Pacto Mundial. (2022). *Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Pacto Mundial: <https://www.pactomundial.org/leyes-directivas-normativas-sostenibilidad/ley-7-2022-de-8-de-abril-de-residuos-y-suelos-contaminados-para-una-economia-circular/>
- Pacto Mundial. (16 / Agosto / 2022). *Real Decreto 636/2022, de 26 de julio, por el que se regula el sello de inclusión social*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Pacto Mundial: <https://www.pactomundial.org/leyes-directivas-normativas-sostenibilidad/real-decreto-636-2022-de-26-de-julio-por-el-que-se-regula-el-sello-de-inclusion-social/>
- Pacto Mundial. (1 / Enero / 2022). *Taxonomía ambiental europea: Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020 relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles, y Reglamentos delegados posteriores*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Pacto Mundial: <https://www.pactomundial.org/leyes-directivas-normativas-sostenibilidad/taxonomia-ambiental-europea-reglamento-ue-2020-852-del-parlamento-europeo-y-del-consejo-de-18-de-junio-de-2020-relativo-al-establecimiento-de-un-marco-para-facilitar-las-inversiones->
- Pacto Mundial. (27 / Enero / 2023). *Contribución de las empresas del IBEX 35 a la Agenda 2030*. Consultat el 20 / Maig / 2023, a Pacto Mundial: [https://www.pactomundial.org/biblioteca/ibex\\_35\\_agenda\\_2030\\_ods/](https://www.pactomundial.org/biblioteca/ibex_35_agenda_2030_ods/)
- Pacto Mundial. (5 / Enero / 2023). *Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Pacto Mundial: <https://www.pactomundial.org/leyes-directivas-normativas-sostenibilidad/directiva-ue-2022-2464-del-parlamento-europeo-y-del-consejo-de-14-de-diciembre-de-2022-por-lo-que-respecta-a-la-presentacion-de-informacion-sobre-sostenibilidad-por-parte-de-las-empre>
- Pacto Mundial. (4 / Maig / 2023). *Ley 11/2018, de 28 de diciembre en materia de información no financiera y diversidad*. Consultat el 6 / Maig / 2023, a Pacto Mundial: <https://www.pactomundial.org/leyes-directivas-normativas-sostenibilidad/ley-11-2018-de-28-de-diciembre-en-materia-de-informacion-no-financiera-y-diversidad/>

- Pacto Mundial Red Española. (2020). *Política de Responsabilidad Social: un compromiso de la Red Española del Pacto Mundial*. Consultat el 30 / Abril / 2023
- Paola Acuña, A. (20 / Abril / 2012). La gestión de los stakeholders: Análisis de los diferentes modelos. *Grupo de Investigación RSE y Sistemas de Información de la Universidad Nacional del Sur*. Consultat el 24 / Abril / 2023
- Parlamento Europeo. (Setembre / 2022). *La eficiencia energética*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Parlamento Europeo: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/69/la-eficiencia-energetica>
- Prieto, R. M. (2015). Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa. A José García-Santos, A. Oneto, C. Barsallo, M. Rodríguez Herrer, E. Mercedes Schamann, J. Ponce Huerta, . . . C. Ramirez Elizondo, *El Gobierno Corporativo en Iberoamérica* (p. 475-535). Madrid: CYAN, Proyectos Editoriales, S.A.
- PwC. (2019-2023). *Acerca de Nosotros*. Consultat el 30 / Abril / 2023, a PwC: <https://www.pwc.com/ia/es/acerca-de-nosotros.html#:~:text=PwC%20es%20una%20red%20de,impuestos%20y%20consultor%3%ADa%20de%20negocios>.
- Rey-García, M., & Folgueira Suárez, T. (2019). El Reto de la Moda Sostenible. A J. Trespalacios Gutiérrez, R. Vázquez Casielles, E. Estrada Alonso, & C. González Mieres, *Omnichannel marketing: las nuevas reglas de la distribución y el consumo en un mundo omnicanal* (p. 275-294). Ovideo: KRK Ediciones. Consultat el 3 / Maig / 2023
- SAI. (2020). *SA8000:2014 Standard*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Social Accountability International: <https://sa-intl.org/resources/sa8000-standard/>
- Sánchez, C., Molero, J., Castillo, E., & Díaz, R. (12 / Abril / 2023). *Pacto Mundial Biblioteca*. Consultat el 20 / Abril / 2023, a White paper nº 5: Nuevo Informe de Progreso del Pacto Mundial: alineación de los Diez Principios y los ODS con la Directiva de información sobre sostenibilidad: [https://www.pactomundial.org/biblioteca/nuevo-informe-de-progreso-pacto-mundo-sostenibilidad-empresarial-directiva/?utm\\_source=blog&utm\\_medium=web&utm\\_campaign=wp-nuevo-informe-progreso-2023](https://www.pactomundial.org/biblioteca/nuevo-informe-de-progreso-pacto-mundo-sostenibilidad-empresarial-directiva/?utm_source=blog&utm_medium=web&utm_campaign=wp-nuevo-informe-progreso-2023)
- Sartori, G. (1994). Comparación y Método Comparativo. A G. Sartori, & L. Morlino, *La comparación en las ciencias sociales* (p. 29-50). Espanya: Alianza. Consultat el 25 / Maig / 2023
- Soo Lim, J., & A. Greenwood, C. (Novembre / 2017). Communicating corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals. *Public Relations Review*, 43(4), 768-776. doi:<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.06.007>
- Stockholm Resilience. (sense data). *Contributions to Agenda 2030*. Consultat el 30 / Abril / 2023, a Stockholm Resilience Web: <https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2017-02-28-contributions-to-agenda-2030.html>
- Subcomisión parlamentaria de RSC. (31 / Juliol / 2006). *Informe de la Subcomisión para potenciar y promover la Responsabilidad Social de las Empresas. Libro Blanco de la RSC*. Consultat el 28 / Abril / 2023, a ORSC: <https://observatoriorsc.org/informe-de-la-subcomision-para-potenciar-y-promover-la-responsabilidad-social-de-las-empresas-libro-blanco-de-la-rsc/>

- Tomás, L. P. (25 / Enero / 2023). *RSC, sostenibilidad y consumo responsable en la industria de la moda*. Consultat el 15 / Abril / 2023, a [Treball de fi de Grau, Universitat d'Alcant].  
 Repostorio Institucional de la Universidad de Alicante, RUA:  
<http://hdl.handle.net/10045/131417>
- Transparency International. (sense data). *Transparency International About*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Transparency International: <https://www.transparency.org/en/about>
- Transparency International. (sense data). *Transparency International What we do*. Consultat el 2 / Maig / 2023, a Transparency International: <https://www.transparency.org/en/what-we-do>
- UN Global Compact. (sense data). *The Ten Principles of the UN Global Compact*. Consultat el 30 / Abril / 2023, a UN Global Compact: <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- United Nations Global Compact. (2017). *Global Compact Progress Report. Business solutions to sustainable development*. United Nations. Consultat el 20 / Abril / 2023
- United Nations. (sense data). *La Agenda para el Desarrollo Sostenible*. Consultat el 30 / Abril / 2023, a United Nations: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Urquiaga Juárez, E., Dávila Estrada, B., Linchi Kong Merchan, M., & Anticona López, V. (28 / Julio-Diciembre / 2022). Responsabilidad social empresarial: enfoque basado en la relación con stakeholders. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*(16), 451-464. doi:<http://doi.org/10.5281/zenodo.6917175>
- Vásquez-Giler, M., Zambrano-Vera, T., & Muñoz-Menéndez, M. (Enero-Junio / 2020). Responsabilidad social corporativa: estrategia empresarial para el desarrollo sostenible. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 4(6). Consultat el 01 / Abril / 2023
- Viteri, J., & Jácome, M. (2011). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *EIDOS*(4), 92-100. Consultat el 15 / Abril / 2023
- WANAMAKER, C. (18 / Octubre / 2022). *The Environmental, Economic, and Social Components of Sustainability*. Consultat el 16 / Abril / 2023, a Soapboxie: <https://soapboxie.com/social-issues/The-Environmental-Economic-and-Social-Components-of-Sustainability>
- Zárate-Rueda, R., Beltrán-Villamizar, Y. I., & González-García, C. A. (27 / Agost / 2020). Relacionamiento con stakeholders en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Revista Espacios*, 41(32), 211-226. doi:ISSN 0798 1015
- Zarocostas, J. (5 / Març / 2018). *UN Forum Says Fashion Industry an Environmental Emergency*. Consultat el 3 / Maig / 2023, a WWD: <https://wwd.com/business-news/financial/un-forum-fashion-industry-an-environmental-emergency-1202615776/>

