

Grado Universitario en Relaciones Laborales y Recursos
Humanos
Facultad de Ciencias del Trabajo



universidad
de león

Curso 2015 / 2016

EL REFLEJO DE LAS RELACIONES LABORALES EN LOS
INFORMES DE SOSTENIBILIDAD DE LAS GRANDES
EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL ESPAÑOL

*THE REFLECTION OF LABOR RELATIONS IN SUSTAINABILITY REPORTS LARGE
COMPANIES OF TEXTILE SECTOR IN SPAIN*

Realizado por el alumno D.... Estefanía García Álvarez

Tutorizado por el Profesor D... Jesús González García

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	<i>página</i>
PARTE I. MEMORIA	1
1. RESUMEN / ABSTRACT	1
2. METODOLOGÍA	3
3. OBJETIVOS	3
PARTE II. LOS REFLEJOS DE LAS RELACIONES LABORALES EN LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD DE LAS GRANDES EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL EN ESPAÑA	5
1. INTRODUCCIÓN	5
2. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	6
2.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN	7
2.2. RUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS	9
2.3. NORMAS Y PRINCIPIOS DE LA RSC	12
2.3.1. <i>ONU Global Compact</i>	13
2.3.2. <i>Guías de la OCDE para empresas multinacionales</i>	14
2.3.3. <i>El libro verde la EU</i>	15
2.3.4. <i>Declaración Universal de los Derechos Humanos</i>	15
2.3.5. <i>Organización Internacional del Trabajo (OIT)</i>	16
3. MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD	16
3.1. DIMENSIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD	17
3.2. MEDICIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD	18
3.3. ÍNDICES PARA MEDIR LA SOSTENIBILIDAD	20
3.3.1. <i>Global Reporting Initiative</i>	20
3.3.2. <i>Índices Bursátiles de Sostenibilidad</i>	20
3.3.3. <i>Agencias de análisis de sostenibilidad</i>	21
4. EL SECTOR TEXTIL	22
4.1. DEFINICIÓN DEL SECTOR TEXTIL EN ESPAÑA	22
4.2. CAMPOS DE ACTIVIDAD	25
4.3. GRUPOS EMPRESARIALES LÍDERES DEL SECTOR EN ESPAÑA	26

4.4. EL SECTOR TEXTIL Y LOS DERECHOS HUMANOS	27
5. ANÁLISIS DE LAS INICIATIVAS DE RSC EN EL ÁMBITO DE LOS RECURSOS HUMANOS	29
5.1. INDITEX	29
5.2. MANGO	31
5.3. GRUPO CORTEFIEL	34
6. COMPARACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS	38
6.1. TIPOS DE CONTRATOS	38
6.2. TIPO DE JORNADA	39
6.3. DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADOS POR GÉNERO	40
6.4. MUJERES EN PUESTOS DIRECTIVOS	41
6.5. INDICE DE ACCIDENTABILIDAD	41
6.6. INVERSIÓN EN FORMACIÓN	42
PARTE III. CONCLUSIONES	43
PARTE IV. BIBLIOGRAFÍA	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Intersección de los tres círculos para mostrar el ámbito de la Sostenibilidad	18
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Gastos de personal del sector 2014	23
Gráfico 2. Cifra de negocios por tamaño de la empresa	24
Gráfico 3. Tipos de contrato en cada organización	38
Gráfico 4. Tipos de jornada en cada organización	39
Gráfico 5. Distribución de empleados por género	40
Gráfico 6. Mujeres en puestos directivos	41
Gráfico 7. Índice de accidentabilidad	41

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Principales empresas del sector textil	27
Cuadro 2. Inversión en formación	42

PARTE I. MEMORIA

1. RESUMEN/ABSTRACT

La responsabilidad social corporativa ha adquirido una gran importancia en los últimos años tanto en el ámbito académico como en el empresarial y sobre todo tras el inicio, en el año 2008, de la crisis financiera. Tras un análisis del significado que tiene el término Responsabilidad Social Corporativa, se comprende que es tan importante para las empresas, como para la sociedad que le rodea a la misma, el hecho de que los comportamientos que la compañía adopte sean sostenibles. La manera de conocer el grado de importancia y de implicación que las organizaciones tienen con las iniciativas socialmente responsables es mediante los informes de sostenibilidad, que ellas mismas desarrollan basándose en unas normas y guías establecidas. Uno de los grupos de interés más importante para una organización son los trabajadores, por ello en el presente trabajo se decide analizar las medidas de responsabilidad social adoptadas en el ámbito de las relaciones laborales de una muestra de 3 empresas del sector textil, que en ocasiones se han visto relacionadas en supuestos casos de vulneración de derecho humanos y derechos de los trabajadores.

Corporate social responsibility has acquired great importance in recent years in academic field, as well as in business sector, above all after the beginning of the financial crisis in 2008. After analysing the meaning of the term Corporate Social Responsibility, it is understood that behaviours companies adopt have to be sustainable, fact that is so important for both companies and for the society that surrounds them. The way to know the degree of importance and implication companies have with socially responsible projects/initiatives is through sustainability reports that companies develop themselves on the basis of pre-established rules and guidelines. One of the most important stakeholders for a company are workers, for this reason, this work tries to analyse social responsibility measures adopted in labour relations field in a sample of three companies of the textil sector, which sometimes have been related to alleged cases of human rights and workers' rights infringement.

2. METODOLOGÍA

Según la Real Academia de Lengua la metodología es el conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o una exposición doctrinal. El método a emplear en cada caso es diferente dependiendo de la naturaleza de la ciencia de la que se trata. Podemos decir que este trabajo es un estudio explicativo y no experimental, que recoge datos y sucesos existentes para tratar de obtener una explicación, tras un análisis de los mismos. Con el deseo de afrontar una labor descriptiva y constructiva, la investigación se estructura en torno a las siguientes circunstancias:

- a) Una parte teórica, la cual comienza con la definición y aclaración de términos, como el de Responsabilidad Social Corporativa o stakeholders, de establecimiento de normas y el grado de implicación de importantes corporaciones internacionales. Una vez conocidos los términos se pasa a explicar el funcionamiento de una memoria de sostenibilidad y sus guías de referencia para la correcta elaboración de las mismas. Para lo cual se emplean diversos libros, publicaciones académicas y disposiciones reglamentarias
- b) Para concluir con la parte de teoría y definición de términos, se realiza una pequeña descripción de la situación actual del mercado textil español. Para lo cual se emplean resultados de encuestas realizadas por institutos y agencias estadísticas
- c) Una vez definida la parte teórica comienza la parte más práctica del estudio. Se trata de un análisis de una de las partes de los informes de sostenibilidad de Inditex, MANGO y Grupo Cortefiel. De estas memorias se analiza las iniciativas de responsabilidad social llevadas a cabo en el área de las relaciones laborales en cada una de ellas, para una posterior comparación de los resultados que obtienen de cada una de esas medidas iniciadas.

El procedimiento general de desarrollo del estudio ha sido:

- Planteamiento de objetivos
- Revisión bibliográfica
- Recolección de datos
- Análisis de la información y elaboración de resultados
- Conclusiones

3. OBJETIVOS

Con el presente Trabajo de Fin de Grado se pretende ofrecer un enfoque general del grado de implantación que tiene la Responsabilidad Social Corporativa en la sociedad, en el área de los Recursos Humanos del sector textil, más concretamente de las grandes empresas. En consecuencia, el principal objetivo es exponer, estudiar, analizar y reflexionar sobre las principales medidas de responsabilidad social adoptadas por las empresas del sector textil para sus trabajadores.

Partiendo de la hipótesis de que su concepto y fundamento son actualmente equívocos y en muchos casos se utiliza como una estrategia de marketing, consiguiendo una buena imagen a los ojos de sus grupos de interés, como son inversores, clientes y la sociedad que les rodea, más que como, una gestión responsable real. Se le añade a esto el hecho de que esta es voluntaria para las empresas y en muchas ocasiones puede entrar en conflicto con el objetivo principal de las grandes empresas, el beneficio económico. Se pretende conocer la importancia que se le da a ese comportamiento ético por parte de las organizaciones con uno de sus grupos de interés más importantes los trabajadores. Realizando una comparación de las iniciativas adoptadas por tres empresas del sector textil Inditex, MANGO y Grupo Cortefiel.

Anterior al análisis de las iniciativas descritas en las memorias de sostenibilidad y de los indicadores obtenidos en cada una de ellas se plantea como objetivo previo el conocimiento de las áreas de estudio, tanto de la Responsabilidad Social Corporativa como de la situación del sector textil español. De este análisis hay que tener como conocimiento más destacado la implicación que tienen las instituciones internacionales y el respaldo que les dan a las iniciativas, así como el conocimiento de las herramientas y guías empleadas para la medición de los resultados obtenidos y para la elaboración de las propias memorias de sostenibilidad.

Tras comparar las iniciativas realizadas por las grandes entidades y los resultados obtenidos, revisando la información que facilitan en sus informes anuales, se intenta valorar la eficacia de esas iniciativas propuestas a través de la comparación de cifras cuantitativas, que ellas mismas generan en sus informes.

Además, se pretende realizar una comparación con los resultados que se hayan obtenido en el ejercicio anterior para conocer si la evolución que se está produciendo es positiva o bien han sufrido algún tipo de recortes.

Valorar cual será el futuro de los trabajadores del sector teniendo en cuenta las iniciativas de RSC que se están realizando en la actualidad y la implicación que las empresas tienen al respecto.

PARTE II. LOS REFLEJOS DE LAS RELACIONES LABORALES EN LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD DE LAS GRANDES EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL ESPAÑOL

1. INTRODUCCIÓN

Las prácticas empleadas por las empresas en materia de responsabilidad han adquirido una gran importancia en los últimos años, tanto lo ha sido para las propias empresas como para los grupos de interés de las mismas.

El término de Responsabilidad Social Corporativa¹ tiene cada vez mayor número de apariciones tanto en estudios académicos, en informes corporativos de las principales empresas como en noticias de prensa.

Las empresas son el eje principal del sistema productivo y deben comprometerse por lograr una convivencia armónica con la sociedad que les rodea, pero sobre todo con los trabajadores², quienes forman parte de la empresa tanto de manera interna como externa, internamente es su mano de obra, fuerza de trabajo y capital humano, externamente forma parte de la sociedad que le rodea a la organización y emite juicios de esta organización que por la situación en la que se encuentran tendrán más veracidad que cualquier otro juicio. Por ello las organizaciones deben comprometerse con los trabajadores y con sus objetivos, al igual que el trabajador se compromete con los objetivos de la organización y trabaja para su consecución.

Las actividades de una organización deben dirigirse en obtener beneficios y crear valor para los partícipes de esta. Aunque algunos autores interpretan que la responsabilidad básica de la empresa es obtener el máximo beneficio, postura sostenida, entre otros, por el premio Nobel de Economía³, Milton Friedman (1962) argumentó *“pocas tendencias podían socavar tan profundamente los cimientos de nuestra sociedad como la asunción por parte de los representantes de las empresas de una responsabilidad social que no fuese la de hacer tanto dinero como fuese posible para los accionistas”*. Más de cinco décadas después podemos afirmar que se extiende una nueva forma de percibir la actividad empresarial, fruto de las intensas transformaciones económicas y sociales que experimentan las sociedades. (Guibert Ucin, 2009)

¹ En adelante también puede aparecer como RSC.

² Las menciones genéricas en género masculino que aparecen en el presente trabajo se entenderán referidas también a su correspondiente género femenino.

³ Premio Nobel de Economía en el Año 1976.

2. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Durante los últimos años el concepto de Responsabilidad Social Corporativa ha cobrado una gran importancia en el ámbito empresarial y en el académico, aun así, este término no tiene una definición o concepción única, pero sí que se puede decir que tiene un aspecto fundamental que reúnen todas esas definiciones que es, la integración de manera voluntaria por parte de las empresas de una serie de requerimientos sociales y medioambientales en sus operaciones y sus relaciones con los interlocutores, que van más allá de obligaciones económicas, técnicas o legales. Pues las empresas, aunque son entes privados actúan como agentes sociales y el papel que representan en las sociedades en las que actúan es muy importante a la hora de determinar el desarrollo de estas sociedades, ya que tienen la capacidad de crecer, generar empleo y riqueza para un país.

Aunque no existe una definición concisa del termino RSC una de las definiciones más empleadas es la establecida en el Libro Verde de la Unión Europea que define la RSC de la siguiente manera *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (stakeholders)”* (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001 p.7), Y posteriormente añade lo que significa ser socialmente responsable *“ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, si no también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, en el entorno, y en las relaciones con los interlocutores.”* (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p.7)

La OIT en su iniciativa InFocus sobre la responsabilidad social corporativa nos da otra definición de lo que es la RSC:

Es el reflejo de la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley (Consejo de administración OIT, 2006, p. 1).

El informe de subcomisión parlamentaria para promover la RSE lo define como:

El cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el dialogo transparentes de sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y de los impactos que derivan de sus acciones (Administración General del Estado, 2014, p.6).

De estas definiciones podemos sacar unos aspectos básicos que, podríamos decir, determinan lo que es la definición del término Responsabilidad Social Corporativa:

- Es una decisión adoptada de manera voluntaria por parte de la empresa.
- Busca satisfacer las necesidades de los diferentes grupos de interés de la empresa.
- Trata de integrar en las operaciones habituales de la empresa las consecuencias económicas, sociales y medioambientales.
- Va más allá del mero cumplimiento de las responsabilidades judiciales.

2.1 Origen y evolución.

Para una mejor comprensión de lo que la Responsabilidad Social Corporativa significa en la actualidad, se han de tener en cuenta los cambios que se han ido produciendo a lo largo de la historia, tanto en el entorno de las empresas, como en el conjunto de la sociedad. Empresas, estado y sociedad no actúan de una manera aislada, sino que sus actuaciones repercuten en cada una de las otras. Cada vez es mayor el número de instituciones y empresas privadas que durante los últimos años han trabajado para la implantación y el desarrollo de la responsabilidad social corporativa.

El concepto de responsabilidad social corporativa no es algo que naciese en este siglo. Si hacemos un recorrido por la historia del sistema de producción actual, el sistema capitalista⁴, vemos que atraviesa varias fases, en las cuales, el comportamiento y las relaciones de la empresa, la sociedad y el estado van variando. Tras una primera fase de consolidación con la revolución industrial (Ruiz, López, García, & Gago, 2013) y el desarrollo del capitalismo “salvaje”, en la segunda mitad del siglo XIX, nace el

⁴ Definición según la RAE “Sistema basado en la propiedad privada de los medios de producción y en la libertad de mercado.”

denominado “movimiento obrero”, el cual busca la mejora de las condiciones de trabajo y garantizar el bienestar laboral de los trabajadores⁵, en ese momento eran penosas las condiciones de trabajo existentes. Se comienza a cuestionar el papel de las compañías y algunos empresarios deciden adoptar medidas de mejora de las condiciones laborales, como por ejemplo eliminación del trabajo infantil, las compañías comienzan a darse cuenta de su parte de responsabilidad en el bienestar de la sociedad.

La finalización de la Segunda Guerra Mundial (1942-1945) marca el inicio de una tercera fase, que instaura un estado de bienestar⁶, es a partir de aquí donde realmente comienza a escribirse e investigarse sobre el término de responsabilidad social corporativa y se comienza a consolidar. Las primeras ideas se generan por el hecho de que, si las empresas usan un recurso perteneciente a la sociedad en su conjunto, estas deben de ser éticas y devolver a la sociedad de alguna manera ese uso que realizan. La forma de llevarlo a cabo es velando por el bienestar de la sociedad que los rodea, pues las obligaciones de la empresa no son únicamente con sus accionistas, si no también lo son con el resto de la sociedad con los que interactúa diariamente.

Uno de los primeros en analizar el concepto de RSC fue Bowen⁷ quien en 1953 publica su libro “Social Responsibilities of the Businessman” en donde quizás se da la primera definición de este término, este autor marco un hito y su trabajo sirvió de referencia para muchos otros trabajos que se realizaron con posterioridad.

En la década de los 60 deja de ser un discurso filosófico sobre lo que la empresa debía o no debía hacer respecto de la sociedad que le rodea y en la década de los 80 la responsabilidad social corporativa pasa a ser una parte de la gestión empresarial. Además, hay que sumar la influencia que han tenido en la consolidación del término el nacimiento de la ONU y posteriormente de los Derechos Humanos, y hechos como el nacimiento de grupos civiles como son Amnistía Internacional, WWF⁸ o Greenpeace o el surgimiento de organizaciones como Global Reporting Initiative⁹.

⁶ Definición según la RAE “Organización del Estado en la que este tiende a procurar una mejor redistribución de la renta y mayores prestaciones sociales para los más desfavorecidos.”

⁷ Howard Rothmann Bowen (1908-1989).

⁸ World Wildlife Fund en español “Fondo Social para la Naturaleza”.

⁹ Institución que creó el primer estándar mundial para elaboración de memorias de sostenibilidad.

En la actualidad la importancia que tiene la responsabilidad social corporativa es mucho mayor que en cualquier otro momento. La actual crisis financiera que atraviesa nuestro país ha provocado gran interés por la RSC de las empresas e instituciones, pues puede ser una manera de recuperar la confianza y credibilidad que se ha perdido durante los últimos años, debido a la falta de transparencia y corrupción vivida, lo cual puede marcar el camino para una recuperación económica y terminar con los problemas sociales. Un reflejo de la importancia que se le está dando a la responsabilidad social corporativa se encuentra en el sector educativo, según el informe sobre la responsabilidad social empresarial española emitido por la Unión Europea en 2013, España es el país de la UE con más Cátedras relativas a este tema y con más programas de alta dirección sobre RSE Y Gobernanza en las Escuelas de Negocios.

2.2 Grupos de interés o stakeholders

El término stakeholders traducido al español sería grupos de interés o más específicamente “partes interesadas”.

La relación existente entre los stakeholder y la responsabilidad social corporativa la encontramos en que una compañía que busca ser sostenible necesita implicarse con sus grupos de interés, así como conseguir que estos se impliquen con la compañía. Para ello conocer muy bien quienes son esos grupos y cuáles son sus intereses y objetivos, con ello la organización conseguirá comprender y dar respuestas. Este enfoque hace que la empresa mejore su situación competitiva y comience a generar valor, (Porter, 1985). Podríamos decir que la buena gestión de los grupos de interés de la organización es un elemento fundamental a la hora de desarrollar una estrategia de Responsabilidad Social por la capacidad que estos tienen para intervenir en los resultados y actividades de la empresa.

El autor más destacado a la hora de hablar sobre los stakeholders es Edward Freeman¹⁰, quien lo introdujo en el lenguaje empresarial y de la responsabilidad social corporativa en 1983 en su libro “Strategic Management, A Stakeholders Approach”, los define como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente

¹⁰ Edward Freeman profesor de la Darden School de la Universidad de Virginia, en Estados Unidos, reconocido como el padre de la teoría de los Stakeholders

por el desarrollo de la actividad empresarial, y, por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente en éstas. Encuadra por primera vez estas relaciones en un marco estratégico y consigue ampliar la visión corporativa que se tenía hasta el momento, centrada únicamente en los accionistas de la empresa y pasa a considerarse también a todos aquellos grupos que pueden afectar o verse afectados con las decisiones de la organización.

AECA¹¹ define a los grupos de interés, partes interesadas o stakeholders, como:

Aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. Pueden también identificarse como grupo de interés las generaciones venideras (Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de AECA, 2003, p. 13).

Por lo que podemos entender como stakeholders aquellos individuos tanto internos como externos a la organización, que de alguna manera se encuentran interrelacionados con la actividad, los productos o los servicios de la empresa.

Los grupos de interés como hemos dicho antes pueden ser internos o externos:

- Los internos serían accionistas o socios, trabajadores y empresario.
- Los grupos externos serían los clientes, competidores, agentes sociales y la administración.

Estos serían los grupos más importantes según el informe sobre la responsabilidad social corporativa publicado por AECA y el Libro Verde. De entre todos estos nos interesan tres para el desarrollo del trabajo que se va a realizar que serían la sociedad, clientes pues una empresa lo que está buscando es conseguir la satisfacción de este grupo y especialmente los trabajadores que desde el punto de vista de este trabajo sería el más importante de todos los stakeholders, por ello vamos a ver cuál es su definición y las satisfacciones que buscan obtener por parte de la organización con la que se relacionan cada uno de estos grupos de interés:

¹¹ Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, es la única institución profesional española emisora de Principios y Normas de Contabilidad generalmente aceptados y de pronunciamientos y estudios sobre buenas prácticas en gestión empresarial

- Sociedad. Se trata de los distintos grupos sociales que se encuentran instaurados en el entorno de la organización. Este grupo lo que espera de las organizaciones es que estas cumplan con sus obligaciones legales y sociales. Ya que las operaciones y actos que una empresa realiza tiene repercusiones en el entorno local en el que opera, tienen tanto impactos positivos (generación de empleo, desarrollo del área, etc) como negativos (contaminación, y otros). Pero también si nos situamos en la perspectiva desde la cual la empresa analiza esta situación, ellas mismas están interesadas en que se produzca eses desarrollo tanto social, económico como medioambiental ya que de esa área está obteniendo sus materias primas, es donde se encuentran sus proveedores, clientes y empleados, por lo que es lógico el hecho de que ellas mismas busquen la realización de una buena praxis para el desarrollo social del ámbito en el que estén instauradas. Para que la organización consiga esa implicación con la sociedad debe conseguir que sus objetivos finales se encuentren alineados con las necesidades que tenga la sociedad, pues es la única manera de que ambas partes encuentren satisfacción en la actividad que desempeñe la empresa.
- Clientes. *“Consumidores o usuarios de los productos y servicios producidos por las empresas. Es el grupo social hacia el que se orienta la explotación del negocio”* (Comisión de Responsabilidad Social Corporativ de AECA, 2003, p.14). La empresa lo que busca es fidelizar a sus clientes, para lo cual un punto imprescindible es que se encuentren satisfecho con el producto o servicio que reciben, pero no solo eso, sino que, además, se ha de tener en cuenta el trato del personal, las facilidades administrativas, una buena retro alimentación con el cliente, en el que se tenga en cuenta sus quejas y se le comuniquen soluciones. Tan importante es para el cliente la calidad del servicio o producto que está adquiriendo como el hecho de que se encuentre ante una empresa socialmente responsable desde la provisión de materias primas hasta el momento en el que el producto es puesto a la venta y que incluso posteriormente a ese momento siga ofreciendo esa responsabilidad al cliente con los productos que este ha adquirido.
- Trabajadores. Personas que desarrollan su trabajo en la organización con unas determinadas características y en un determinado puesto y a cambio de ello reciben una remuneración dineraria mensual por parte de la organización, todas estas características las encontraríamos en su contrato de trabajo, el cual sería el

lazo de unión que tiene con la empresa (Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de AECA, 2003). Los empleados se encuentran habitualmente representados por los sindicatos de trabajadores.

Este es considerado el grupo de interés más importante para las organizaciones ya que ellos son la cara que ven los clientes, por ello los trabajadores también deben ser socialmente responsable con la empresa, tanto de manera individual como grupal. La responsabilidad social de las empresas con sus trabajadores consistiría en una serie de proyectos que respeten los derechos humanos y laborales y que consigan generar una mejora en su bienestar y su calidad de vida. Esos proyectos podrían versar entre otros sobre la conciliación de la vida laboral y familiar ofreciendo ayudas con respecto a la vivienda o educación de sus empleados y familiares entre otros, medidas referidas a la seguridad laboral, a la solución de problemas sociales que pueden sufrir los trabajadores como por ejemplo la violencia de género, medidas encaminadas a la no discriminación en el trabajo por razón de sexo, raza, religión o creencias o también proyectos que fomenten la participación de los empleados dentro de la empresa.

De esta manera los empleados ganan con la responsabilidad social corporativa y la empresa ganará con la responsabilidad social corporativa de sus empleados. Debido a los beneficios que están obteniendo por parte de la organización el trabajador, como pueden ser, compensaciones económicas por su trabajo, la retribución de unos salarios justos, el aumento de su bienestar y la mejora del clima de trabajo, con las medidas anteriormente mencionadas, todo ello generará una mayor productividad de los empleados, lo que es un beneficio para la empresa.

2.3 Normas y principios de la RSC

El libro verde de la UE, nos dice, “*ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento*” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001), por lo que se puede decir que aquella empresa que está llevando a cabo estrategias de responsabilidad social corporativa tiene un extra añadido que cualquier otra empresa que únicamente se limita al cumplimiento de las obligaciones legales que le sean propias.

Aunque la RSC es de carácter voluntario tiene un marco normativo que servirá de referencia a la hora de aplicar los distintos instrumentos que desarrollan la responsabilidad social corporativa. A nivel mundial las referencias más importantes son la Global Compact (ONU, 1999) y la Guía de la OCDE (1976) y a nivel europeo la principal referencia sería el Libro Verde de la UE (2001)

2.3.1 *Global Compact*

Fue creado en el año 1999 por el secretario general de las Naciones Unidas Kofi Annan. Es “*un llamado a las empresas a alinear sus estrategias y operaciones con los principios universales de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción, y tomar acciones que permitan avanzar en los objetivos sociales*” (UN GLOBAL COMPACT, 1999). Este pacto mundial es una iniciativa voluntaria de responsabilidad social empresarial que establece un marco práctico en las empresas para apoyar las actuaciones responsables y que sustenten a la sociedad. Es una iniciativa que busca promover 2 objetivos:

- ✓ La implantación de 10 principios básicos en la estrategia de las empresas y en su actividad diaria para lograr una responsabilidad social corporativa en el área de los derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.
- ✓ Canalizar acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Las empresas que deciden firman este pacto, que en la actualidad son más de 130.000, se comprometen a operar de manera responsable desarrollando estrategias que apoyen a la sociedad que les rodea y comprometiéndose con esto al más alto nivel, anualmente deberán realizar un informe sobre los resultados que servirá como un ejercicio de evaluación ya que carece de cualquier mecanismo de supervisión.

Los 10 principios que UN Global Compact (1999) promueve son:

- ✓ Derechos humanos:
 1. Apoyo y respeto a la protección de los derechos humanos fundamentales
 2. No ser cómplices de abusos de los derechos

- ✓ Normas laborales
 - 3. Apoyar el derecho de afiliación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva
 - 4. Eliminación del trabajo forzoso y obligatorio
 - 5. Erradicación del trabajo infantil
 - 6. Abolición de la discriminación en materia de empleo y ocupación
- ✓ Medio ambiente
 - 7. Enfoque preventivo que favorezca el medioambiente
 - 8. Fomentar iniciativas que promuevan mayor responsabilidad ambiental
 - 9. Favorecer el desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medioambiente
- ✓ Anticorrupción
 - 10. Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluido soborno y extorsión

2.3.2 Guías de la OCDE

Los países miembros de la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) en el año 1976 acuerdan las líneas directrices para las empresas multinacionales, son recomendaciones de parte de los gobiernos hacia las empresas multinacionales que operan en su territorio. Estas directrices voluntarias contienen una serie de principios y buenas prácticas conforme con lo expuesto en disposiciones legales y normas internacionales, cuyo objetivo es:

que las actividades de esas empresas se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, contribuir a mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible (Organización para la Cooperación y el Desarrollo económico, 2000, p.1).

Los gobiernos de aquellos países que deciden suscribirse a las directivas deben promover su uso por medio de los denominados “puntos nacionales de contacto” y al

mismo tiempo asumen la responsabilidad de darlas a conocer a las empresas de su país. Al igual que pasaba con la Global Compact no existe una verificación de su cumplimiento.

2.3.3 *Libro Verde de la UE*

Los Libros Verdes son documentos publicados por Comisión de la Unión Europea que tienen como finalidad la búsqueda de una reflexión sobre un tema en concreto. En lo referente a la RSC la primera referencia que encontramos es en el año 2000 en la cumbre celebrada en Lisboa en la se marca como objetivo de la misma la creación de una economía capaz de crear un crecimiento sostenible, haciendo un llamado a las organizaciones para que estas se comprometiesen en aumentar el nivel de compromiso con los derechos humanos y el medio ambiente. Pero es en el año 2001 cuando se publica el Libro Verde para Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social Corporativa en donde realmente se entra a tocar al completo el tema sobre la RSC en el cual se reconoce la importancia que tiene y lo que implica a todos los agentes económicos y sociales, así como a las autoridades públicas, el hecho de que las empresas realicen sus actividades de una manera socialmente responsable.

2.3.4 *Declaración Universal de los Derechos Humanos*

Esta declaración es adoptada y proclamada en el año 1948, en donde “*se considera esencial que los derechos humanos sean protegidos por un régimen de derecho, a fin de que el hombre no se vea compelido al supremo recurso de la rebelión contra la tiranía y la opresión*” (ONU, 1948).

En este documento nos habla de varios derechos referentes a las relaciones laborales como son salario digno, no discriminación por razones de sexo, edad, religión o cultura, prohibición del trabajo infantil, así como la obligación del empresario de respetar, observar y promover los derechos humanos.

En los últimos artículos del 27 – 29, nos habla del derecho a tomar parte de la vida cultural de la comunidad en la que se encuentre o a la protección de intereses morales y materias que le correspondan (ONU, 1948).

Esta declaración fomenta los derechos de los trabajadores así como los derechos de la sociedad a la participación en el entorno de la misma.

“Las empresas, como órganos de la sociedad, tienen la obligación de cumplir la normativa internacionalmente aceptada en materia de Derechos Humanos y promover el respeto por estos derechos y libertades en sus respectivas esferas de influencia” (Observatorio de RSC, 2014). Esto supone que las compañías deben hacer lo posible por:

- Promover los derechos humanos en el lugar en el que operen
- Estudiar como sus actividades pueden afectar a los derechos humanos
- Incluir referencias explícitas en sus códigos sobre la Declaración Universal de los Derechos Humanos o cualquier otro tratado de Derechos Humanos de los empleados.
- Velar porque la empresa cumpla con las normativas de Naciones Unidas, aplicado el principio de debida diligencia.

2.3.5 Organización Internacional del Trabajo (OIT)

La Organización Internacional del Trabajo cada vez se encuentra más implicada con la RSC debido a que las normas del trabajo y el diálogo social son aspectos fundamentales que ocupan tanto a esta organización como a las medidas de responsabilidad social. Por ello se han creado varios convenios y tratados de conducta por parte de la OIT para la realización de este tipo de prácticas y que son ratificados por los países, no son de obligado cumplimiento para las empresas, pero sí se puede considerar una guía para estas en lo referente a RSC.

Los dos documentos de referencia principal para la OIT en lo referente a esta materia son:

- Declaración de la OIT relativa a principios y derechos fundamentales en el trabajo
- Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social

Destaca la iniciativa InFocus puesta en marcha por la OIT promoviendo los principios establecidos en la declaración sobre las empresas multinacionales, así como el servicio Help-desk que proporciona a las empresas acceso fácil a la

información, asistencia, remisión y asesoramiento en este tema (Organización Internacional del Trabajo, 2010).

3. MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

La memoria de sostenibilidad es una herramienta imprescindible para aquellas organizaciones comprometidas en materia de Responsabilidad Social. A través de este documento la empresa ofrece información de sus actividades desde distintos marcos: económico, social y medioambiental.

La elaboración de este documento comprende la mediación, divulgación y rendición de cuentas de resultados a aquellos grupos de interés internos y externos, a los cuales debe proporcionar una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad por parte de la organización (Global Reporting Initiative, 2000-2011). La finalidad de su elaboración es conseguir la realización de un ejercicio sostenible. Para comprobar la calidad de la memoria se deben de incorporar una serie de principios mencionados por Global Reporting Initiative (2000-2011):

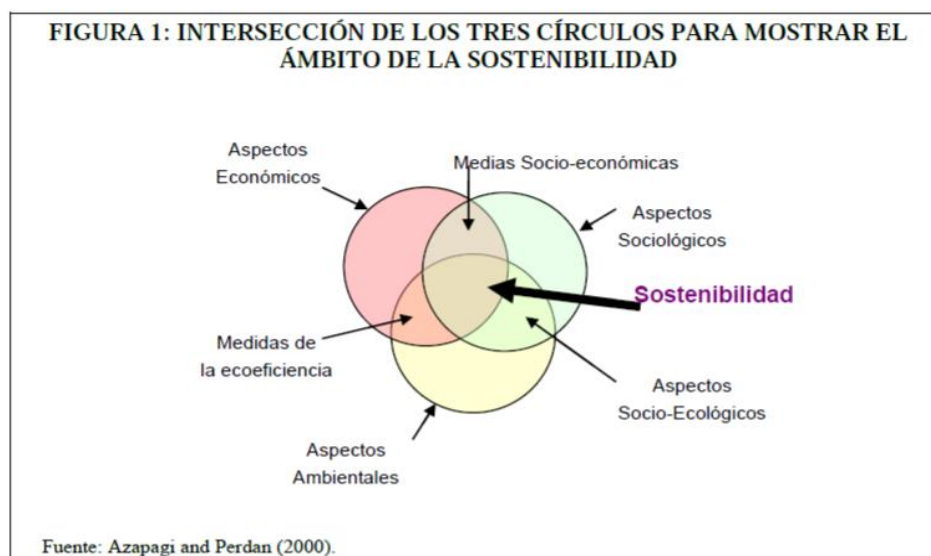
- Deberá reflejar tanto aspectos positivos como negativos
- La información se ha de presentar de tal forma que los grupos de interés puedan comparar los resultados obtenidos con el paso del tiempo en la misma organización y con otras organizaciones.
- Contener información precisa y detallada para poder valorar el desempeño de la organización.
- Presentación de la información con periodicidad, de manera que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información actualizada.
- Establecimiento de métodos para la fiabilidad de la información y los procedimientos seguidos en la preparación de la memoria.

Además, se indica una serie de contenido básico que toda memoria debe de incorporar, se trata de, tres tipos de informaciones básicas, por un lado, estaría el establecimiento de información general de la organización como perfil, estrategia y su gobierno. Una segunda parte sería el enfoque que da la organización para una mejor comprensión y por

último los indicadores de desempeño que facilitan la comprobación de la información obtenida (Global Reporting Initiative, 2000-2011).

3.1 Dimensión de la sostenibilidad

Inicialmente las empresas a la hora de realizar una evaluación de sus resultados solo tenían en cuenta una dimensión económica. Pero como hemos dicho a lo largo del trabajo, esta información financiera es insuficiente para responder a las nuevas necesidades, a las necesidades relacionadas con la responsabilidad social corporativa y a las nuevas necesidades que plantea la sociedad. Para llegar a ser una organización sostenible, se han de evaluar otros valores y principios no relacionados únicamente con el área económica, sino también, con el área social y el ambiental.



Fuente. Revista de estudios empresariales. Segunda época. Nº2, 2010

Como vemos un ámbito sostenible muestra la interacción de los tres círculos, cada uno de ellos representa uno de los ámbitos en los que se apoya el concepto de empresa sostenible, que son, aspectos económicos, sociales y ambientales. Para tener un conocimiento preciso del grado de sostenibilidad de la empresa, es necesario disponer de parámetros que permitan una medición cuantitativa y cualitativa del valor y peso de cada uno de esos ámbitos (Sánchez Báscones, García Vilchez, & Pardo Almudí, 2010).

3.2 Medición de la sostenibilidad

La adopción de medidas de responsabilidad y el conocimiento de los resultados que se obtienen a través de ellas es un elemento fundamental tanto para los grupos de interés como para la empresa. Por ello una vez implantadas las distintas medidas es esencial conocer de una manera clara cuál ha sido el nivel de cumplimiento de los objetivos inicialmente propuestos, para ello se necesita la existencia de un sistema que nos permita obtener esa información, que nos asegure, que la empresa está siendo socialmente responsable. La manera de obtener esa información es mediante la traducción de los principios de la RSC en variables medibles que permitan comparar los resultados a fin de obtener una evaluación que garantice los objetivos fijados inicialmente. Con el fin de realizar esa medición se han desarrollado indicadores, económicos, ecológicos y sociales, esta idea aparece recogida en el documento sobre Crecimiento económico y de medio ambiente elaborado por la Comisión Europea, en 1994, en la cual se establece que se ha de desarrollar el concepto de sostenibilidad en algo más tangible y concreto, para ayudar así a concebir políticas adecuadas y poder aplicarlas.

En este sentido, un sistema de indicadores de sostenibilidad funcionara como una herramienta que permite evaluar el grado de avance o logro de las metas implicadas en un marco teórico, así como también de las políticas de acción formuladas para el cumplimiento de estas, constituyéndose de esta manera en una importante guía de referencia que facilita el proceso de toma de decisiones (Antequera & González, 2005).

Un indicador podemos definirlo como un sistema facilitador de la evaluación del proceso hacia el desarrollo sostenible. Son herramientas medibles que pueden reflejar una característica cuantitativa o cualitativa y apoyan el diseño y la evaluación de las políticas, fortaleciendo decisiones informadas, así como la participación de grupos de interés para impulsar a la organización hacia el desarrollo sostenible (Quiroga Martínez, 2001).

Existe unanimidad sobre las características que debe tener un indicador: mostrar los efectos principales de la actividad (relevancia), reflejar la realidad y sus cambios con precisión (acuracidad), ser fácilmente comprendido y estimado (resonancia) y que

permita reconocer y contrastar su evolución en el tiempo (comparabilidad) (Bermejo Gómez, 2001).

Para adquirir un conocimiento razonable de la realidad por lo tanto será necesario un conocimiento de:

- Aquello que se considera relevante
- Las metas que se pretenden alcanzar.

El funcionamiento de un sistema de indicadores seguiría un procedimiento, en el cual, en primer lugar, se da respuesta a la definición teórica del problema a analizar, entre los cuales se distinguirán, objetivos y metas a medir y evaluar, y una segunda parte que dependerá del marco institucional el cual estará sujeto a los intereses particulares que se tenga con respecto al entorno que le rodea (Antequera & González, 2005).

Además, podemos distinguir distintos tipos de indicadores en función del contexto hacia el que se oriente. Así encontramos aquellos indicadores dirigidos hacia el proceso que pueden ser de proceso, miden que sucede con las actividades o de resultados, miden las salidas del proceso. También se pueden clasificar en función de la eficacia, aquellos que miden el logro de los resultados o la eficiencia, dirigidos a conocer y definir los requerimientos del cliente para comparar lo que se entrega con lo que se espera (Asociación Española para la Calidad, 2016).

3.3 Índices de medición de la sostenibilidad

3.3.1 Global Reporting Initiative. Sistema de indicadores

Es fundada en 1999 por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Colocación de Economías de Responsabilidad del Medio ambiente. Es una iniciativa establecida para desarrollar directivas aplicables para hacer las Memorias de Sostenibilidad.

Una de las partes de la información básica que todas las memorias de sostenibilidad deben contener siguiendo las pautas establecidas por el Global Reporting Initiative son los indicadores de desempeño. Los cuales van dirigidos a las tres áreas de la sostenibilidad la económica, medioambiental y social, la última de ella dividida en aspectos laborales, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos.

Cada una de estas categorías consta de una serie de indicadores principales, los cuales son desarrollados a través de la participación de los grupos de interés y son aquellos de obligada inclusión y de indicadores adicionales que representan aspectos que no son materiales para todas las organizaciones (Global Reporting Initiative, 2000-2011).

3.3.2 Índices Bursátiles de Sostenibilidad

Los índices bursátiles de sostenibilidad son “*indicadores bursátiles cuyos integrantes, empresas cotizadas de todo el mundo, acreditan la gestión responsable a través de prácticas avanzadas en las distintas facetas que constituyen la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa*” (CixaBank, 2013).

Tras la superación de una etapa de análisis y selección son incorporadas aquellas sociedades que toman decisiones basándose en criterios económicos, sociales y medioambientales. Aunque la finalidad de estos es orientar a los inversores institucionales y minoristas Socialmente Responsables, se han convertido en un referente para empresas que buscan la realización de actividades socialmente responsables. Destacan de entre estos índices bursátiles:

- El Dow Jones Sustainability Index. Es el índice con mayor capital invertido y desde su lanzamiento se ha convertido de los principales exponentes en una corriente denominada “inversión sostenible”, son aquellos que han alcanzado mejores ratios de sostenibilidad e integración económica, social y medioambiental. Se encuentra integrado por 342 compañías, 27 de ellas españolas. Es revisado una vez al año (septiembre) (CixaBank, 2013).
- El FTSE4 Good. Este índice engloba a aquellas empresas que trabajan por una sostenibilidad medioambiental, desarrollan relaciones positivas con las partes interesadas, y defienden y apoyan los derechos humanos universales. Está compuesto por 275 compañías, de las cuales 21 son españolas. Es revisado dos veces al año (marzo y septiembre) (CixaBank, 2013).

Las razones por las que se emplean como referencia es debido a la selección de empresas más involucradas en RSC en los distintos sectores, pero bien es cierto que no existe en consenso respecto a este tema debido a la falta de transparencia que es

cuestionada por muchos autores y a que se encuentra compuesto únicamente por aquellas empresas que cotizan en las bolsas de valores.

3.3.3 *Agencias de análisis de sostenibilidad.*

“Las agencias de análisis de sostenibilidad evalúan a las empresas utilizando una serie de criterios que no se encuentran estandarizadas” (Fernandez Izquierdo, 2010, p. 135).

Al igual que los índices las agencias valoran a las empresas en función de parámetros, entre los cuales se encuentran tanto criterios positivos como negativos, mediante los criterios negativos se pretende descartar a ciertas compañías relacionadas con determinados sectores. Entre estos aspectos negativos destaca el tabaco tanto para las agencias, como para los índices estudiados anteriormente.

Según el informe Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas la mayoría de agencias tienen en cuenta para el análisis: información básica de las empresas, acciones sociales, gobierno corporativo, clientes, empleados, medio ambiente, relaciones con inversores, proveedores y actividades empresariales controvertidas (Fernández Izquierdo, 2010).

Estas agencias para medir los aspectos relacionados con el área social se basan en modelos estándares como son EFQM, Líneas directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, UN Global Compact, así como la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y los estándares de la OIT.

4. EL SECTOR TEXTIL

El sector textil es un sector diverso formado por varios procesos interrelacionados, desde la obtención de fibras, el tejido y la confección de las prendas hasta la venta al cliente.

El modo en que se produce, se vende y se comercializa se ha visto alterado de unas décadas hasta ahora debido al impacto de la sociedad de la información, el uso masivo de las tecnologías y la aparición de nuevos comportamientos empresariales y sociales. Todo ello ha generado un nuevo sistema en el que la información y sobre todo el tiempo se convierten en un factor clave de la relación entre la empresa y sus clientes, el cual espera que se produzca y se ponga a su disposición a tiempo, la forma de producción

que se emplea es el just in time. La capacidad de la industria para recopilar la información, procesarla y dar respuesta en el menor tiempo posible ha pasado a ser una de sus claves a nivel internacional.

Es una industria generadora de una gran controversia en lo que se refiere al ámbito de la responsabilidad social corporativa debido a los numerosos casos de vulneración de los derechos humanos que han salido a la luz como en el caso de Nike y su “puntada invisible”.

4.1 Definición del sector textil en España

Como hemos dicho este sector reúne un gran número de actividades diversas. A parte de la Encuesta Industrial Anual de Productos¹² publicada por el Instituto Nacional de Estadística (2015) obtenemos varias cifras que nos describen como se encuentra este sector de actividad en nuestro país y nos ayudará a describirlo y enmarcarlo, aunque este sector textil y de la confección aparece conjunto al del cuero y el calzado, por lo que el análisis y los datos que a continuación se expondrá es de ambos.

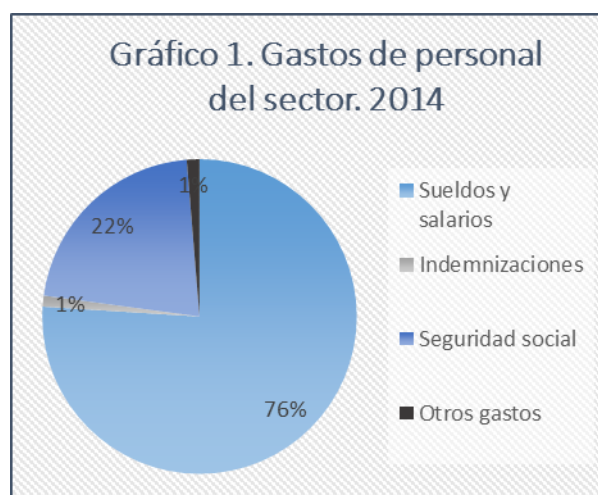
La cifra de negocios que suponen estas actividades es de 14.067.817 de miles de euros que supone el 2,5 % del total y que con respecto al periodo anterior analizado ha variado, el total en el valor de la facturación ha aumentado un 0,6% un valor que se encuentra por debajo de la variación que ha experimentado la industria nacional en total que aumentó un 1,7% (Instituto Nacional de Estadística, 2015).

Este sector junto con el del cuero y el calzado ocupan a un total de 121.162 personas de media anual, el cual sobre el número total de ocupados de nuestro país representan el 6,3% de personas empleadas y que con respecto al año anterior ha aumentado un 0,9%, quienes obtiene una de las productividades más bajas del país 30.732 euros por persona ocupada (CESCE, 2015). De estas personas empleadas el INE (2015) nos distingue entre personal remunerado y no remunerados que componen el sector, de las cuales 13.630 se trata de personal no remunerado, quienes representan 11% del total de trabajadores en el sector, un porcentaje bastante alto. Esta misma fuente nos da a conocer el número de horas realizados por cada uno de estos trabajadores, aquellos trabajadores no remunerados realizan un total de 21.566 horas del total de horas que

¹² Correspondientes al año 2014, último año que se publicó.

realiza el sector que son 208.032 horas, correspondería a un 10% de estas horas totales.

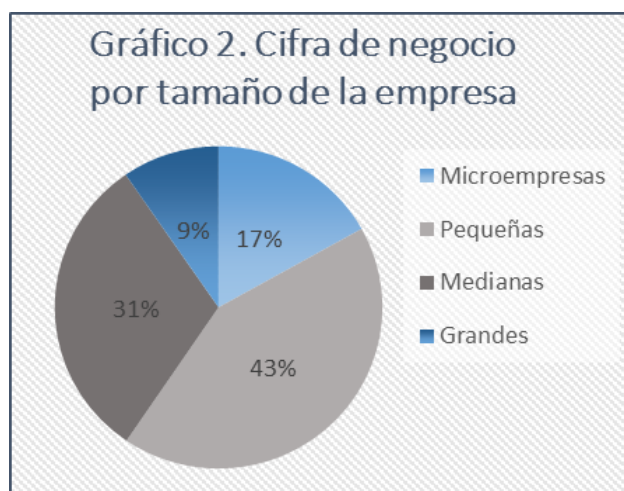
El gasto que realiza el sector en total es de 13.649.330 miles de euros de esta cantidad el 19,49% va destinado a gastos de personal que son 2.659.832 miles de euros. Estos gastos de personal abarcan sueldos y salarios, indemnizaciones, seguridad social a cargo de la empresa y otros gastos de personal. La distribución del gasto invertido en cada uno de ellos lo vemos reflejado en el gráfico 1.



Fuente. Elaboración propia a través de datos del INE

Vemos que el gasto principal es el correspondiente a sueldos y salarios que representa el 76% del total y la cifra que le corresponde a este porcentaje es de 2.021.706 miles de euros, seguido por la seguridad social a cargo de la empresa que es igual a 573.641 miles de euros y representan el 22% de los gastos que el sector realiza en personal 13.649.330 y siendo apenas insignificante los que se realizan en indemnizaciones y otros que entre los dos representan un 1% cada uno del total.

Otro aspecto que vamos a definir del sector textil en España es el tamaño de las empresas que lo ocupan, para ello nos ayudaremos del siguiente gráfico realizado a través de los datos obtenidos del INE (2015).



Fuente. Elaboración propia a través de datos del INE

En este gráfico 2 vemos que casi la mitad de las empresas que ocupan este sector, un 43%, son medianas empresas, aquellas que poseen entre 50 a 249 trabajadores y seguida de esta con mayor número de empresas se encontrarían las pequeñas empresas, de 10 a 49 trabajadores, que representan al 31% de las organizaciones del sector y que solo el 9% de las empresas que conforman el sector textil son grandes empresas, de 250 o más trabajadores, siendo ese 17% restante microempresas, aquellas organizaciones con 10 o menos trabajadores.

El sector textil y de la confección representa el 9,7% del total del tejido empresarial español. De todas estas empresas que componen el sector del textil en España la mayor concentración la encontramos en la Comunidad Autónoma de Cataluña con 1.742, seguida por la Comunidad Valenciana con 1.405 y las que menor número de empresas de este sector tienen son las Comunidades de Ceuta con dos y Melilla con una (Instituto Nacional de Estadística, 2015).

Como análisis de lo expuesto anteriormente podemos concluir que el sector textil español es un sector generador de empleo, aunque en los últimos años se haya encontrado debilitado y sus aumentos se encuentren por debajo del aumento medio que experimenta la industria española en total. Se puede destacar el peso que tienen las pequeñas empresas que son las que generan el empleo y valor a este sector y el pequeño porcentaje de grandes empresas que ocupan el sector, este pequeño porcentaje se puede explicar por la deslocalización que han realizado en los últimos años en busca de los menores costes.

4.2 Campos de actividad

Como ya se ha dicho a lo largo de este punto el sector textil está compuesto por una serie de actividades que se encuentran interrelacionadas entre sí. Para determinar cuales son el grupo de actividades que componen este sector textil y de la confección nos hemos guiado por la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (Instituto Nacional de Estadística, 2015) lo encontramos encuadrado en las divisiones 13-14 y comprende los siguientes subsectores:

- Preparación e hilado de fibras textiles: es un segmento en el que opera elevado número de empresas especializadas la mayoría de ellas en fibras naturales y las cuales se encuentran mayoritariamente entre la comunidad de Cataluña y Valencia. Es un sector con alta competencia de precios, lo cual ha dado lugar a una reducción del número de empresas. Las ventas exteriores de este sector se destinan principalmente en Alemania, Portugal y Francia y las principales importaciones provienen de Italia, India y Turquía.

- Fabricación de tejidos textiles: esa fabricación de tejidos se realiza a través de distintas materias primas como son la seda, la lana, fibras animales, vegetales o artificiales y sintéticas, vidrio, etc. La dimensión de las empresas que operan en este sector son pequeñas y medianas, las cuales trabajan en márgenes muy ajustados debido a la competencia de precios y a la poca flexibilidad de la estructura de costes.

El número de integrantes de este sector se ha visto reducido debido a la entrada de productos importados y la integración hacia atrás de la industria de la confección.

- Acabado de textiles: entre las actividades a realizar se encuentran el blanqueo, teñido, apresto y otras similares. Las empresas de este sector tienden a la desaparición debido a la mayoría de ellas tienden a la integración con la fase de la confección,

- Fabricación de productos textiles: comprende la fabricación de productos obtenidos a partir de textiles, a excepción de prendas de vestir, estarían incluidas la confección de maquetas y alfombras, cuerdas, cintas tejidas etc.

- Confección de prendas de vestir: proceso a través del cual el tejido acabado se transforma en una prenda de ropa, en las tareas que se realizan encontramos el corte según patrón y cosido para su posterior uso y comercialización. Esta industria es la más importante del sector de la moda español debido al número de empresas que

posee y a la generación de empleo que tiene. En este subsector priman las empresas sin asalariados o que cuentan con menos de 10 trabajadores.

- Fabricación de artículos de peletería
- Confección de prendas de vestir de punto: se incluye la fabricación de artículos de calcetería, así como la confección de prendas en tejido de punto y otros artículos del mismo tejido. En este sector el número de empresas va en descenso debido a la penetración de productos importados, además la competencia en este subsector se da únicamente por la vía del precio ya que la diferencia de productos es prácticamente inexistente.

4.3 Grupos empresariales líderes del sector en España

Una vez que ya se ha definido y analizado cual es la situación del sector textil en España y se han identificado los distintos campos de actividad y subsectores que componen este sector textil, vamos a pasar a conocer cuáles son los grandes grupos empresariales españoles con mayor presencia y que operan tanto a nivel nacional como internacional.

Teniendo en cuenta el amplio abanico de actividades que puede reunir este sector, vamos a fijarnos únicamente en aquellos que se dedican especialmente a la confección de ropa de vestir, calzados, complementos, etc... Y a la comercialización de los mismos.

Para realizarlo nos hemos guiado a través de las memorias anuales¹³ publicadas por las compañías, así como por “El mapa de la moda” (Riaño & Pareja, 2014), la cual realiza un ranking enumerando cuales son las 15 mayores empresas de la moda en España. En primer lugar, se encuentra Inditex, seguida por la marca catalana Mango. La tercera compañía del sector es el Grupo Cortefiel, seguida por Desigual, Pepe Jeans y Tous, las tres con gran presencia internacional. En séptimo lugar se encuentra Blanco, la cual actualmente se encuentra en precurso de acreedores y en los últimos lugares encontramos marcas tan conocidas como son Bimba & Lola, Shana y Marypaz, las cuales están registrando un rápido crecimiento (Riaño & Pareja, 2014).

¹³ Datos pertenecientes al año 2014, el último año en el que aparecen las publicaciones

Para este trabajo vamos a tomar una muestra de 5 de esas 15 empresas y realizar un cuadro comparativo, muy sintético, a través del cual obtener una perspectiva de la situación de cada empresa, para realizarlo se han tomado los siguientes datos, las distintas cadenas que tiene la marca, la facturación de las empresas, lo cual nos muestra cual puede ser su representatividad en el sector, el número de puntos de ventas de los que dispone, el lugar en el cual se encuentra su sede principal y otros datos que pueden ser de interés.

Cuadro 1. “Principales empresas del sector textil español”

	Cadenas	Facturación	Tiendas	Sede	Datos de interés
Inditex	Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Pull&bear, Oysho, Zara Home	18.117 M € (2014)	6.683	A Coruña	Cotiza en bolsa
Mango	Mango, He by Mango, Mango Touch...	2.017 M € (2014)	2.741	Barcelona	Controlada por Iak Andic
Grupo Cortefiel	Cortefiel, Women' Secret, Springfield, Pedro del Hierro	1.011 M € (2014)	2.056	Madrid	Propiedad de CVC, Pai y Permira
Desigual	Desigual	963,5 M € (2014)	Más de 500	Barcelona	10% de las acciones pertenecen a Eurozaes y el 90% a Thomas Meye
Pepe Jeans	Pepe Jeans, Hackett	517 M € (2014)	Más de 330	Barcelona	Participada por Torreal, Arta Capital y L Capital

Fuente. Elaboración propia a través de datos obtenidos de las distintas memorias anuales.

4.4 El sector textil y los derechos humanos

En las últimas décadas nace un nuevo sistema en el mundo de la moda el denominado “Fast Fashion” el cual se basa en producir ropa barata que se adapta muy rápido a las nuevas tendencias y que dura muy poco tiempo en las tiendas, las temporadas dejan de ser de primavera-verano y otoño-invierno para dar paso a una producción non-stop en

la que cada dos semanas hay un nuevo producto listo para consumir en el punto de venta (Soriano, 2016). Este fenómeno nació hace unos 15 años, pero en las últimas décadas se ha consolidado y se dispara con la generación millennial¹⁴, se le denomina de esta forma a aquella generación de jóvenes que gasta más que sus padres y sus principales gastos son viajes, ropa y complementos deportivos, todos sus problemas pasan a ser solucionados mediante el consumo.

La manera de poder llevar a cabo este nuevo modelo de producción es mediante subcontrataciones o outsourcing, pero esta subcontratación se producirá en lugares de bajo coste, en el que apenas haya barreras burocráticas y en donde su principal factor de producción la mano de obra sea más barata. Se produce la deslocalización en busca de los precios más competitivos en países en vías de desarrollo, en donde los mínimos requeridos se encuentran por debajo de los estándares laborales occidentales.

En este nuevo fenómeno del fast fashion resulta esencial la flexibilidad de todos los agentes que deben responder a la demanda en un periodo corto de tiempo, pero especialmente es esencial en la subcontrata de la empresa que confecciona las prendas, genera una gran presión sobre los proveedores, quienes en muchas ocasiones para conseguir llegar a tiempo y cumplir los nuevos plazos, recurren a la vulneración de los derechos humanos en las cadenas de producción o subcontratan a otras fábricas de segunda fila, en las cuales las condiciones suelen ser mucho peor y a pesar de que los mínimos requeridos son mucho más bajos que los de occidente, se incumplen, los salarios que cobran los trabajadores son más bajos que el salario mínimo, que es alrededor de 170\$, el impago de las horas extras, las condiciones de seguridad y salud en el trabajo son prácticamente inexistentes y se realizan jornadas extenuantes para los trabajadores (Quien, como y donde se fabrica la ropa que venden las grandes marcas., 2016).

Así nos encontramos con tragedias como la que sucedió en Bangladesh el 24 de abril de 2013 con el derrumbamiento de un edificio en el que había seis fábricas de ropa y había sido construido ilegalmente, su derrumbamiento provocó la muerte de más de un millar de trabajadores. Esta tragedia fue vinculada a marcas como C&A, Primark, El Corte Inglés y Mango entre otras. A raíz de esta tragedia nace The Bangladesh Accord con el fin de prevenir cualquier accidente que pueda ser evitado con las

¹⁴ Generación nacida entre 1986 y 1998.

correspondientes medidas de seguridad y salud en el trabajo. Se basa en el Plan Nacional de Acción sobre la Seguridad contra Incendios y cuenta con el apoyo de la OIT. Este acuerdo cubre a todos los proveedores, que se encuentran en Bangladesh y fabrican productos para las empresas firmantes. Como resultado al mes se producen inspecciones por el equipo contratado para tal fin (El Mundo, 2013).

A pesar de que la industria textil avanza en sus conductas de RSC, con la redacción de informes de sostenibilidad, los códigos de conducta y las auditorías, se manifiestan soluciones incompletas. El esfuerzo de llevar a cabo prácticas para la mejora de la Responsabilidad Social Corporativa es algo fundamental e inaplazable.

5. ANALISIS DE LAS INICIATIVAS DE RSC EN EL AMBITO DE LOS RECURSOS HUMANOS

En este apartado se va a pasar a realizar un análisis de las distintas políticas adoptadas por el departamento de RRHH, para conseguir la satisfacción de uno de sus grupos de interés que son los trabajadores, entre estas iniciativas adoptadas en sus memorias de sostenibilidad se encuentran la conciliación, la formación, políticas de remuneración o seguridad y salud en el trabajo. Las compañías a analizar son las tres más importantes del sector textil español, Inditex, Mango y Grupo Cortefiel. Para la realización de sus memorias de sostenibilidad las tres empresas emplean la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de la organización Global Reporting Initiative.

5.1 Inditex

“Inditex combina con éxito la fortaleza de su modelo de negocio con exigentes objetivos económicos y estrategias innovadoras de sostenibilidad social y medioambiental” (INDITEX, 2015, p.8.).

Esta empresa cuenta con un total de 137.054 empleados en todo el mundo, de los cuales el 77% son mujeres y la edad media de su plantilla se encuentra entorno a los 28 años, según los resultados publicados en su última memoria de sostenibilidad Inditex (2015). Según establece en la misma las prioridades que la compañía tiene para sus empleados son: apoyar el desarrollo y crecimiento de empleados, fomentar la calidad de empleo y crear ámbitos de colaboración con la sociedad

Con el fin de conseguir esos propósitos realizan una serie de iniciativas en materia de RSC con sus empleados desarrolladas en la memoria de sostenibilidad de Inditex (2015) y que a continuación se analizan:

- Política retributiva: la compañía fomenta la retribución variable con el fin de ligar los salarios con los resultados de la compañía. Una de las acciones realizadas en política retributiva ha sido la implantación de retribución flexible, la cual está “*consiguiendo poner a disposición de los empleados la posibilidad de elegir entre diferentes alternativas de productos*” (INDITEX, 2015 p. 101).
- Adaptación a cada mercado: debido a la presencia de la compañía en diversos países muy diferentes entre sí, intenta, mediante esta iniciativa, adaptarse a cada mercado y entorno laboral como ha sucedido en China, donde se promovió la iniciativa para encontrar jóvenes con intereses laborales que coincidan con los objetivos de la compañía, Francia, con el programa de tiempos compartidos o Rusia, donde se elaboró un plan de carrera comercial para los jóvenes recién graduados o en su último año de estudios.
- Igualdad de oportunidades: es un compromiso que mantiene desde el año 2006 en la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y la no discriminación. Se trabaja continuamente para impulsar los acuerdos en las distintas áreas y en acordar nuevas medidas que potencien el compromiso como son: protocolos en caso de acoso sexual y por razón de sexo o violencia de género.
- Seguridad y salud laboral: quiere garantizar espacios de trabajo saludables mediante la integración de la certificación “gestión integrada de seguridad y salud OHSAS 18001” en todos los centros de trabajo. Promueve la vida saludable dentro y fuera del trabajo, para ello ha puesto en marcha iniciativas para la prevención y cuidado músculo-esquelética, como, por ejemplo, apertura de salas de fisioterapia, promoción de eventos deportivos o compañías de estilo de vida saludable.
- Desarrollo y crecimiento de los empleados: la compañía apuesta por la formación y promoción interna como mecanismo de creación de potencial y creatividad y como método de desarrollo de los empleados. El 50% de los responsables de áreas o comerciales en otros países proceden de las tiendas. Para conseguir esto ha fomentado mecanismos para identificar el potencial de los empleados en las 8 tiendas, así nace:

- InTalent₂ es una herramienta creada en 2011 que centraliza la información de los empleados de tienda y les permite conocer sus preferencias profesionales e inquietudes, y así disponer de una base de datos donde identificar el potencial.
- ZaraGo!, programa de selección de profesionales tanto internos como externos, con potencial en el ámbito del producto, y que reciben una formación para en un futuro ocupar puestos relacionados.
- E-Fashion, curso online para “ofrecer a los equipos de tiendas una formación certificada y especializada en el negocio de la moda, para incrementar así su conocimiento profesional, motivación y compromiso” (INDITEX, 2015, p.99). Existen mas programas de formación para el resto de colectivos.

Esta promoción interna de los empleados se completa con su plataforma “JoinFashion” dirigida al reclutamiento de talentos, además de los centros de selección y formación de los que dispone el grupo en varios países. El grupo da especial importancia a los diseñadores y crea en 2014 el concurso “TALENTO & CO”, en colaboración con escuelas de moda española, tiene como objetivo encontrar y apoyar a nuevos talentos diseñadores. Tras el concurso 10 participantes fueron incorporados a la plantilla.

- Calidad de empleo, en la búsqueda de este fin Inditex maximiza las oportunidades de empleo estable, para conseguirlo ha llevado a cabo diversas iniciativas que han dado como resultado en países como España que el empleo indefinido sea superior al 77% y los empleos a jornada completa sea superiores al 44%.

5.2 Mango

“La memoria de sostenibilidad 2014 de MANGO quiere dar respuesta a aquellos temas que interesan a los colectivos y personas con quienes se relaciona y que a la vez son prioritarios para la compañía” (MANGO, 2015 p.14).

Analizando la memoria de sostenibilidad de Mango (2015) vemos que los aspectos relacionados con las prácticas laborales según su matriz de materialidad se encuentran entre aquellos de mayor relevancia tanto para la empresa como para sus grupos de interés.

La organización dispone de un total de 15.793 personas trabajando en plantilla, con una media de edad de 29 años y de los cuales el 79% son mujeres. Dedicamos diversas iniciativas de RSC con el fin de mejorar la calidad de vida de estos, así como, su calidad laboral, que aparecen en la memoria de sostenibilidad de MANGO (2015) y que a continuación analizamos:

- Diálogo permanente: escuchar aquellas sugerencias que puedan tener los trabajadores y así aumentar la participación de estos dentro de la empresa, destaca la iniciativa “Si yo fuera jefe”, se trata de reuniones entre los representantes de cada departamento y la dirección de la empresa en las cuales llegar a unas conclusiones y mejoras que posteriormente se publicaran en el boletín interno de la empresa. Otra iniciativa creada en 2008 es el denominado “Servicio de Resolución de Conflictos” cuyo fin es identificar, intervenir y resolver conflictos interpersonales. Además de estos hay otras medidas para fomentar la comunicación como son encuestas, buzones de sugerencias, etc.
- Políticas de remuneración: las remuneraciones del personal de estructura se revisan dos veces al año según el desempeño y desarrollo profesional. Para empleados de puntos de venta la remuneración se trata de una parte fija y otra variable en función de la facturación. Destacan además la no diferenciación entre aquellos trabajadores a jornada completa y a tiempo parcial, así como la igualdad de remuneración entre hombres y mujeres.
- Promoción y facilitación de la vida familiar con el trabajo: en este caso nos encontramos con varias medidas adoptadas con el fin de mejorar la vida de los empleados en diversos aspectos:
 - Maternidad y paternidad, los empleados reciben una paga extra durante el periodo de descanso y el nivel de reincorporación de los mismos a su puesto es del 100%.
 - Flexibilidad laboral, se facilita la flexibilidad de horarios y las suspensiones temporales por motivos personales del trabajo, así como, una ampliación del tiempo para asistir a consultas médicas. En relación a este tema se estableció un acuerdo con los trabajadores de estructura de ampliación diaria de la jornada media hora para terminar los viernes a mediodía y disponer de fines de semana más largos, así como jornadas intensivas de trabajo en vísperas de días festivos.

- Otras medidas con finalidad de mejorar la vida del trabajador son servicios como el transporte colectivo gratuito, subvenciones de comedores, acuerdos especiales, etc.
- Estabilidad en el trabajo: al cierre del año el 69% de sus trabajadores en España eran fijos, de los cuales el 66% era personal de venta y el 84% personal de estructura. De estos empleados en España el 64% es a tiempo completo. En el caso de los trabajadores en el extranjero nos dice que el 66% es a tiempo completo, pero no nos dice si se trata de personal fijo o eventual.
- Movilidad en los puestos de trabajo: promueven la movilidad geográfica de aquellos empleados que los soliciten, así como la movilidad funcional de puestos dentro de la empresa a la hora de cubrir una vacante.
- Seguridad y salud laboral: en este ámbito se persiguen una serie de objetivos desarrollados en su política de seguridad y salud, en donde desarrollan y promueven estrategias para la salud física, psíquica y social de los empleados. Las principales actividades realizadas para conseguir un ambiente de seguridad y salud laboral fueron:
 - Formación de empleados en materia de prevención de riesgos laborales.
 - Evaluaciones para identificar los riesgos de todos los puestos de trabajo como parte del ciclo de mejora. También se realizan evaluaciones con las empresas con las que subcontratan el trabajo con el fin de garantizar que el trabajo se ejecuta bajo las medidas establecidas por la ley. Para llevar a cabo dicha evaluación se realizan visitas de seguridad a los centros de trabajo *“garantizar unas óptimas condiciones de trabajo y favorecer comportamientos seguros”* (MANGO, 2015, p.38).
 - Existencia de un documento, puesto en disposición para los trabajadores, para que puedan comunicar al departamento de Prevención de Riesgos cualquier situación que comporte un riesgo y así poder aplicar medidas para eliminarlo o reducirlo.
 - Disposición de un servicio médico interno en la empresa, para la vigilancia de la salud. En los diferentes puntos de venta se realizan a través de una red de centros asistenciales. Se llevan a cabo reconocimientos médicos periódicos, campañas de vacuna, además de actividades personalizadas como

seguimiento de procesos crónicos o asesoramiento, así como cursos de formación en Primeros Auxilios.

- Políticas de formación y desarrollo: su finalidad es la consecución de los objetivos estratégicos de la compañía, para ello potencian aquellos aspectos necesarios tanto técnicos como habilidades profesionales. Para su desarrollo cuentan con aulas polivalentes. *“El Plan de acogida on the job “Diseña tu futuro en MANGO” y las Entrevistas de Evaluación y Desarrollo anuales ayudan a los responsables a desarrollar y acompañar de forma constante a cada persona de su equipo”* (MANGO, 2015 p.39). También se ha reforzado a los líderes de la organización a través del “Plan de Desarrollo Directivo” para promocionar aquellos puestos de responsabilidad.

“Jóvenes talentos” fue otro programa de formación que tiene como objetivo formar futuros directivos en MANGO, los candidatos son estudiantes de la escuela de negocios internacionales, tiene una duración de 4 meses y se integran completamente en uno de las áreas de la organización.

- Ventajas adicionales para empleados: cuentan con descuentos en la compra de productos de la compañía, así como organización de mercadillos para los empleados donde venden productos de la organización, con la concesión de préstamos sin intereses y cesión de las instalaciones para diversas actividades.

5.3 Grupo Cortefiel

El Grupo Cortefiel cuenta con un total de 10.592 empleados según los datos publicados en el informe de sostenibilidad de Grupo Cortefiel (2015), de los cuales, el 61% cuenta con contratos fijos y el 39% con contratos temporales, de estos contratos temporales gran parte son ocupados por gente joven que buscan compatibilizar un puesto con estudios. La media de edad de los trabajadores se encuentra en los 30 años. *“Para conseguir ambientes de trabajo basados en el respeto y la igualdad de oportunidades donde adivinar la pasión por el negocio”* (Grupo Cortefiel, 2015) emplea diversas medidas dirigidas a sus empleados establecidas en el informe de sostenibilidad Grupo Cortefiel (2015):

- Política retributiva: el nivel salarial se fija a través de los reglamentos establecidos en cada país, en función de la categoría profesional y teniendo en cuenta la antigüedad del empleado. No se hace distinciones en función del género

o de cualquier otra condición, sino que las políticas de retribución se realizan en función de la valía del candidato. La compañía sigue un sistema de retribución flexible que permite al empleado realizar una combinación de su paquete retributivo, así se sustituye parte de su retribución por seguros médicos, cheques en guarderías, alquileres, seguros de vida, etc.

- Igualdad de oportunidades: “*trabaja en la diversidad como ventaja competitiva*” (Grupo Cortefiel, 2015), por ello promueven la igualdad en razón de sexo, religión o raza entendiendo que el talento no depende de estos factores. Esta igualdad de oportunidades se inicia desde el momento de la selección de personal empleando criterios basados en la adecuación de la persona al puesto de trabajo. Desde el año 2012 suscribió su plan de igualdad que recoge las estrategias y prácticas de la compañía en dicha materia. Para asegurar su cumplimiento existe una Comisión de Seguimiento con la participación de los sindicatos y del Agente de Igualdad de Oportunidades, quien tiene como misión fomentar y asegurarse del cumplimiento de las medidas y la intervención entre los colectivos. Además la compañía es firmante del “Charter de la Diversidad”, iniciativa creada en el año 2000 por la Unión Europea, es “*una iniciativa europea enmarcada dentro de las directivas de no discriminación*” (Grupo Cortefiel, 2015).
- Talento: el área de RR.HH es el encargado de diseñar iniciativas para la detección del talento y gestionarlo, así como reforzar los planes de desarrollo profesional. Para su realización se ha creado la herramienta “PotenciaT” destinada a la evaluación de potencial, se trata de una herramienta de identificación de las competencias de cada persona para desarrollar su carrera profesional dentro de la organización.
- Formación: su plan de formación en el último año se centró entorno a dos estrategias:
 - Consolidación de la cultura online dentro de la compañía: para su desarrollo trabajaron con el equipo de Google España, se encontraba dirigido a las áreas más cercanas al mundo digital como es marketing, comunicación o RRHH. También se trasladó a las tiendas mediante la herramienta “E-learning Library”, creada en 2013, tiene como finalidad llevar la formación de contenidos a todas las tiendas de la compañía, con materias de formación relacionadas con procedimientos y estándares de trabajo corporativos.

- Desarrollo de las líneas gerenciales de las tiendas: para el desarrollo de esta estrategia se llevo a cabo el proyecto de identificación de las personas con potencial y en el desarrollo de habilidades y conocimientos de los responsables de tienda. Para su realización se trabajó con formadores internos y profesionales de distintas temáticas.

Hay que destacar los programas de incorporación, especialización y desarrollo:

- Incorporación: están dotados de nuevos productos, contenidos y metodologías, con la finalidad de conocer el producto e identificarse con la marca. Destacan los “Welcome Packs”, herramienta de formación disponible en diversos idiomas, facilita la integración de los nuevos empleados y es una manera de conocer el grupo.
 - Especialización: permiten que los empleados se encuentren actualizados y se vuelvan especialistas en sus respectivos puestos, es una parte de su estrategia de competitividad y adecuación a las demandas del negocio.
 - Gestión del talento: es una herramienta para identificar a aquellos empleados mejor cualificados para ocupar puestos vacantes de encargados. *“Identificar el talento desarrollarlo y retenerlo es una de las prioridades del Grupo”* (Grupo Cortefiel, 2015).
 - Programas para impulsar las ventas: se implantan diferentes modelos para conseguir estos objetivos de impulso de las ventas, encontramos el programa de “Impulso de la Conversión”, se trata de la transmisión de las mejores prácticas para la conversión de visitas en clientes.
 - Programa de “Impulso a la Operación”, se fundamenta en los principios de coaching de equipo en el cual al responsable de tienda se le dota de esas capacidades de coach para conseguir su propio equipo.
- Relaciones laborales: se establecen al amparo de cada país debido a que hay distinciones entre cada una de las reglamentaciones vigentes. Se respeta plenamente la representación de los trabajadores en todos los países. La información a la plantilla se procura resolver por medio de la plantilla responsable o en su caso si fuese necesario a través de la Dirección de Personal y Recursos Humanos. Además para la difusión de la empresa la compañía dispone de varios mecanismos de información bidireccional que permite además evaluar las sugerencias de los empleados.

- Conciliación: una de las políticas claves de RR.HH es la conciliación de la vida laboral y familiar, la cual sirve como herramienta de motivación de los empleados. Las medidas de conciliación establecidas tienen en cuenta las características operacionales de cada división. Estas medidas se concretan en:
 - Flexibilidad horaria, como es la jornada laboral flexible de la que ya hemos hablado, así como la tarde de los viernes libres (solo en la sede central).
 - Programas personales de apoyo a la paternidad y maternidad, para ello en las tiendas se establecen cada vez más jornadas continuadas para una mejor organización con la pareja a la hora de establecer horarios de cuidado de menores.
 - Servicios, como por ejemplo comedor de empresa en la sede central y el servicio médico.
 - Beneficios sociales como la tarjeta de descuento para los empleados del 25% en todas las tiendas del grupo, acuerdos comerciales especiales para beneficiarse de descuentos en algunas compañías, ayudas sociales para empleados con necesidades puntuales o anticipo de nómina.
- Seguridad y salud: poseen un Servicio de Prevención de Riesgos Laborales el cual cubre las especialidades de seguridad, ergonomía e higiene, además de contar con un servicio de vigilancia de la salud. Se llevan a cabo por medio de la compañía estudios diversos de detección y prevención de problemas de “mobbing”. Se han realizado evaluaciones de riesgos sociales, así como evaluaciones de riesgos y planes de evacuación y emergencia en tienda. Además se proporciona formación continua en Seguridad y Salud, impartiendo cursos básicos de Prevención de Riesgos Laborales a los encargados de tiendas, además de cursos para dependientes.

En su sede central cuenta con servicio médico personal, entre sus funciones se encuentran la consulta de medicina general, con dispensación de medicación y recetas, asistencia de enfermería, atención de urgencias, campañas de vacunas, etc. Se realizan reuniones mensuales con el equipo médico externo para establecer procedimientos de ayuda a trabajadores en procesos de incapacidad temporal y accidentes de trabajo.

6. COMPARACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

De estas políticas de responsabilidad social corporativa adoptadas por las compañías se han obtenido diversos resultados, cuantitativos. Cualitativamente vemos gran número de resultados e iniciativas adoptadas en las memorias de sostenibilidad, los hemos analizado anteriormente y como hemos visto son de gran extensibilidad, y de ellas se puede deducir que las compañías tienen un gran compromiso con sus trabajadores. No sucede lo mismo con los resultados cuantitativos. Estos resultados cuantitativos obtenidos de las diversas políticas de RSC y que vamos a analizar a continuación, nos ayudara a conocer cual ha sido la eficacia de esas políticas empleadas en comparación con otras compañías del mismo sector. Para ello se van a tener en cuenta una serie de indicadores sociales, obtenidos de las memorias de sostenibilidad de cada una de las compañías, esos indicadores van a ser número de trabajadores según el tipo de contrato, jornada y género, porcentaje de directivos mujeres, accidentabilidad y formación.

6.1 Tipo de contrato



Fuente. Elaboración propia a través de los datos obtenidos de las memorias de sostenibilidad

Uno de los puntos en común que encontramos entre las tres memorias de sostenibilidad fue la de creación de puestos de trabajo de calidad, para su consecución se promovían los contratos de trabajo de carácter indefinidos. Este es el resultado¹⁵ de esas iniciativas propuestas por cada una de las identidades, vemos que la que mayor éxito ha tenido es Inditex y la de menor éxito es el Grupo Cortefiel, aunque también es cierto que estos, exponían en su memoria los contratos temporales como una ayuda a

¹⁵ Contratos realizados en España únicamente.

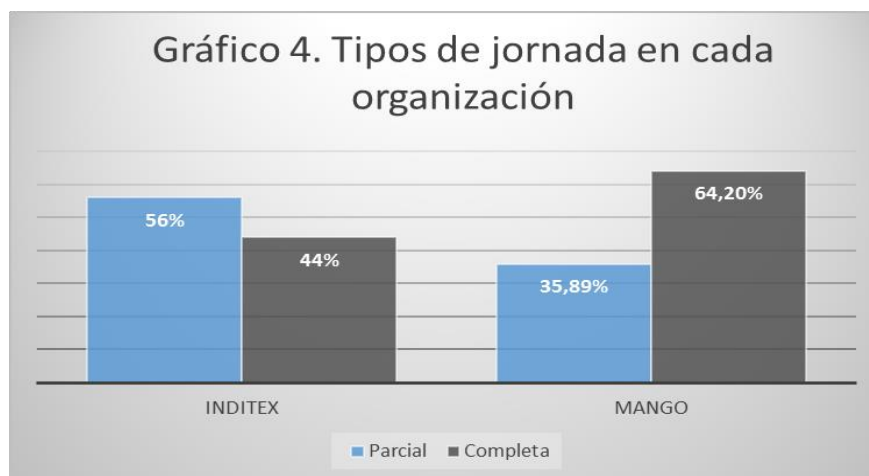
jovenes que necesitan el trabajo para determinadas épocas en las que podían compatibilizarlo con sus estudios.

Si observamos los resultados del año anterior vemos que Inditex (2014) redujo el número de contratos indefinidos un 2% y al igual que MANGO (2014) que pasó de un 70.98% a el 69% de contrataciones indefinidas. La reducción que se experimenta es muy pequeña, pero hay que tener en cuenta que ambas compañías experimentan de un año a otro un importante crecimiento de empleados por lo que en una comparación una disminución tan pequeña como es el 2% podría considerarse un mantenimiento ¹⁶.

Podemos deducir que las políticas dedicadas a este punto de crear puestos de calidad, que de a los trabajadores una seguridad laboral quizás deberían de intensificarse para mejorar, aunque lo cierto es que las tres compañías tienen porcentajes muy altos de contratación indefinida.

En comparación de unas compañías con las otras podríamos decir que la iniciativa menos ineficiente es la de Grupo Cortefiel comparándola con las otras dos compañías.

6.2 Tipo de jornada



Fuente. Elaboración propia a través de los datos obtenidos de las memorias de sostenibilidad. ¹⁷

En este indicador no encontramos resultados para el Grupo Cortefiel en su memoria de sostenibilidad. Pero si para MANGO e Inditex vemos que en esta última las jornadas a tiempo completo son inferiores a la otra compañía, y es que, entre una de las iniciativas que encontrábamos en la memoria de sostenibilidad MANGO (2015), para la mejora de la conciliación de la vida familiar y laboral se encontraba en promover las

¹⁶ Grupo Cortefiel no se encuentra la memoria de sostenibilidad correspondiente a dicho ejercicio.

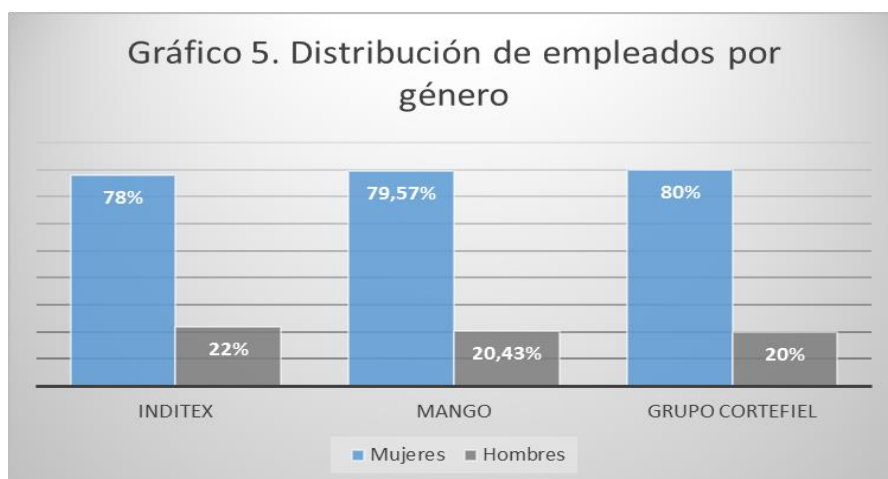
¹⁷ Contratos realizados en España

jornadas continuas, con la finalidad de ayudar a los trabajadores a la distribución de horarios con sus parejas en el cuidado de menores.

En comparación con los resultados del año anterior Inditex (2014) tiene un 45% de los contratos a tiempo completo y MANGO (2014) un 67,34% de sus contrataciones a tiempo completo. Vemos que los comportamientos de un año a otro igual que sucedía en el caso anterior, en las dos compañías es descendiente en índices muy pequeños como son el 1% y el 3%.

Si tenemos que decidir qué política es más efectiva en comparación, destaca la del grupo MANGO sobre la de Inditex.

6.3 Distribución de empleados por género.



Fuente. Elaboración propia a través de datos obtenidos de las memorias de sostenibilidad de las compañías.

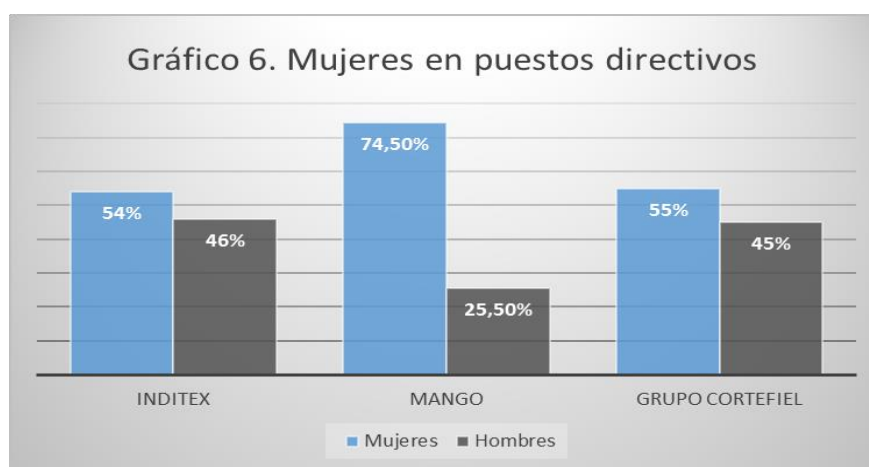
Todas las compañías promueven la igualdad de género en todos los sentidos desde la distribución de los puestos, la retribución y diversas medidas adoptadas para una mayor igualdad de las mujeres en el mercado laboral. En este gráfico podemos observar el número de mujeres empleadas en cada compañía, vemos que el mayor número lo encontramos en Grupo Cortefiel, pero esta, a diferencia de las otras dos compañías no nos especifican que tipo de contratos tienen esas mujeres como si sucede en los otros dos casos. De los contratos temporales que realiza Inditex el 22% pertenecen a mujeres y el 78% a hombres (INDITEX, 2015). En el caso de MANGO nos indica que pertenecen a mujeres 3917 de los eventuales y 8650 de los contratos fijos (MANGO, 2015). En el caso del Grupo Cortefiel no nos especifica

En lo referente al tipo de jornada que tienen 7820 mujeres y 2485 hombres se encuentran con jornadas completas (MANGO, 2015). En el caso de Inditex el 63% de las mujeres y el 31% a hombres se encuentran a tiempo parcial (INDITEX, 2015).

En el resultado del ejercicio anterior Inditex (2014) se mantiene en el mismo índice de mujeres empleadas, mientras que MANGO reduce el índice de mujeres empleadas de un ejercicio a otro en 6,67%.

En este caso las tres compañías se encuentran muy igualadas, la política adoptada por cada una de ellas ha dado resultados similares si nos fijamos en el gráfico.

6.4 Directivas mujer

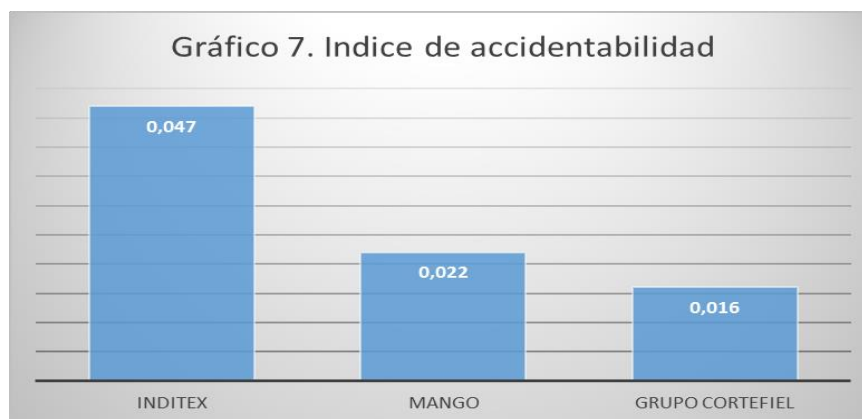


Fuente. Elaboración propia a través de datos obtenidos de las diferentes memorias de sostenibilidad

En este caso el grupo de MANGO le saca gran diferencia a las otras dos compañías que se encuentran muy igualadas entre el número de directivos hombres y mujeres. Si comparamos el resultado de la compañía con los del año anterior vemos que la cifra de mujeres que ocupan altos cargos aumenta considerablemente un 18,48%. Inditex se mantienen en la misma cifra (Inditex, 2014).

Vemos que en temas de igualdad de género el grupo de MANGO está obteniendo grandes resultados tanto en comparación de un año a otro, como en comparación con las otras dos organizaciones.

6.5 Accidentabilidad



Fuente. Elaboración propia a través de los datos obtenidos de las memorias de sostenibilidad de las distintas compañías.¹⁸

Todas las memorias de sostenibilidad que analizamos dedican grandes apartados a las medidas de seguridad y salud laboral, tanto a la adopción de esas medidas como al impartimiento de cursos de prevención. En este gráfico podemos observar el índice de accidentabilidad de las tres compañías, que podemos verlo como un resultado de la eficacia que han tenido esas medidas adoptadas. El más alto de los índices lo encontramos en el grupo Inditex en el cual es más del doble de el índice que tienen las otras dos compañías. Dentro de ese 0,047 el 1,07 de ellos se produce en el área de reparto y logística seguido por el área de fabricación con un 0,97 de los índices de accidentabilidad (INDITEX, 2015).

Si comparamos los resultados obtenidos en los periodos anteriores vemos que el índice de accidentabilidad se mantiene igual en las compañías, así como las áreas en las que mayor índice hay que siguen siendo las de logística y fabricación.

Es un aspecto positivo que el índice de accidentabilidad se mantenga de un año para otro y no aumente.

6.6 Formación

Cuadro 2. “Inversión en formación”

	Horas	Personas
Inditex	1316821	133481
MANGO	99251	8332

¹⁸ Resultado obtenido dividiendo el número de trabajadores accidentados entre el número de trabajadores.

Grupo Cortefiel	52892	7475
------------------------	-------	------

Fuente. Elaboración propia a través de datos obtenidos en las memorias de sostenibilidad de las compañías

Uno de los puntos en los que las compañías más invertían políticas y herramientas era en la formación de personal considerándose uno de las estrategias de alguna de ellas. En este cuadro vemos el número de personal que han formado, así como las horas invertidas en formación en cada una de ellas. Destaca Inditex en este aspecto con un número muy superior de personas formadas y de horas invertidas en formación. A la hora de saber las horas medias que se le dedica a cada persona formada por la compañía en primer lugar se encontraría MANGO con una media de 11 horas por personas seguida por Inditex con una media de 9 y por último Grupo Cortefiel.

En comparación con los resultados de las compañías en el ejercicio anterior vemos que realizan un aumento considerable en horas y personas formadas, podríamos decir que las inversiones y las herramientas que las compañías han creado para formar a su personal y conseguir empleados implicados y conocedores de sus productos están dando resultados.

PARTE III. CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Corporativa ha pasado a ocupar una parte muy importante en las empresas, y no de manera temporal, cada día es mayor la importancia que se le da a el hecho de que las empresas realicen prácticas socialmente responsables, ya que, como principal agente económico, puede contribuir a mejorar la calidad de vida de la población por la que se encuentra rodeada.

Aunque no es una práctica que deben de adoptar las empresas de manera obligatoria, lo cierto es que se ha llevado este tipo de comportamientos a una obligación superior en la que ser congruentes con las normas, valores y expectativas sociales existentes y no solo con las normas legales y los criterios económicos.

La sociedad está evolucionando y cada vez es más exigente con las empresas. A ese nivel de exigencia se le debe de sumar la capacidad de información que hoy en día se tiene, gracias a internet, las nuevas tecnologías o los medios de comunicación, para conocer como es el comportamiento y los resultados que las empresas están teniendo en todas sus vertientes. Una información muy importante para los grupos de interés de una organización a partir de la cual tomaran las decisiones que más les convenga. En este sentido encontramos la finalidad de las memorias de sostenibilidad, la cual trata de medir, divulgar y rendir cuentas frente a sus grupos de interés, por lo que es imprescindible garantizar la información que en ellas se ofrece,

Para que estas iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa se aborden de forma convincente, desde una perspectiva jurídica, es necesaria la existencia de implicación por parte de las instituciones internacionales más relevantes, que le den un respaldo. Destacan la implicación que está teniendo Naciones Unidas, la OCDE y la Unión Europea, así como la creación de diversos organismos que se encarguen de delimitar el concepto y sus actividades, destaca el GRI creado por Naciones Unidas, las Guías directrices de la OCDE o el Libro Verde de la Unión Europea. Por lo tanto, la creación de índices destinados a confirmar las prácticas ha ido creciendo progresivamente.

Pero lo cierto es que estas prácticas de RSC se pueden definir actualmente como algo confuso e incierto ya que no existe un sentido único de lo que significa ser socialmente responsable, así como tampoco una norma que lo regule o un carácter obligatorio en lo referente a la responsabilidad social.

Para analizar la RSC en el sector textil se parte del hecho de que tanto el concepto como la dimensión de la responsabilidad social vienen determinadas por las particularidades de cada sector. En la actualidad caracterizado por hechos como es la globalización, innovación y la subcontratación de partes de la cadena de producción, entre muchos otros aspectos que lo definen.

Al analizar las memorias de sostenibilidad y las iniciativas que se llevan a cabo en el área social vemos que eran muy extensas las partes en las que se relataban las diversas iniciativas que se llevaban a cabo, destacando sobre todo la seguridad y salud laboral y las de formación y desarrollo de los trabajadores para la cual las tres compañías crean varias herramientas y dedican diversas iniciativas.

A la hora de analizar los datos cuantitativos y resultados que se obtenían de las iniciativas que se describían veíamos que eran muy escasos. A la hora de observar los escasos datos cuantitativos que nos ofrecían, veíamos resultados muy positivos en el área social respecto a la responsabilidad social corporativa en las relaciones laborales, con un gran número de mujeres trabajando con puestos directivos, con contratos fijos, inversiones en formación de trabajadores, pero al realizar la comparación con el año anterior, los resultados que realmente obtenían cambios positivos eran los obtenidos en formación, así como en igualdad de género e integración de la mujer al mundo laboral eran positivos en todas las entidades destacando Inditex en formación y MANGO en igualdad de género.

Centrándonos en las subcontrataciones, y teniendo en cuenta el peso que tienen en estas grandes entidades, se debería de realizar también un análisis de las condiciones de trabajo de las personas que se encuentran en las empresas con las que se subcontratan y no solo de las que trabajan directamente para la cadena, así como dedicar más políticas destinadas al control de la calidad del trabajo de estos, pues la cadena que llevan detrás estas grandes compañías crea millones de puestos de trabajo por los que también debe de sentirse socialmente responsable.

Si se tuviese que elegir cuál de las tres compañías es más responsable en el área de las relaciones laborales lo cierto es que con los indicadores que nos ofrecen las memorias de sostenibilidad sería difícil decantarse por una con precisión y seguridad. Aunque todas las compañías posicionan las condiciones de trabajo y relaciones con sus empleados entre las mayores prioridades de la mismas y crean muchas políticas e iniciativas para el desarrollo de los trabajadores dentro de la empresa, creo que aún

queda mucho trabajo que realizar con respecto a este tema en las memorias de sostenibilidad, pues se deberían de presentar más indicadores y mucho más detallados de los resultados que se obtienen. Además de la parte de trabajadores que se encuentran detrás de todas esas subcontrataciones y que también de alguna manera se relacionan con estas organizaciones.

Para finalizar indicar como futuras líneas de investigación que completasen y ampliasen este trabajo las siguientes:

- Extender el análisis a un mayor número de empresas españolas en el sector, lo que permitiría realizar una mayor comparativa de las iniciativas.
- Observar la evolución en un periodo más amplio de años de las inversiones en RSC, valorando si el esfuerzo es acorde a su obtención de beneficios.
- Realizar un análisis más cuantitativo, con encuestas a departamentos, grupos de interés, etc.

PARTE IV. BIBLIOGRAFÍA

- Administración General del Estado. (2014). *Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas*. Madrid.
- Antequera, J., & Gonzalez, E. (2005). ¿Medir la sostenibilidad? Una aproximación a los indicadores de sostenibilidad. *Sostenible? Núm 7*, 144.
- Asociación Española para la Calidad. (28 de Junio de 2016). *Indicadores: Asociación Española para la Calidad*. Obtenido de Asociación Española para la Calidad: <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/indicadores>
- Bermejo Gomez, R. (2001). *Economía sostenible, principios, conceptos e instrumentalización*. Bilbao: Bakeaz.
- CESCE. (2015). *Informe sectorial de la economía española 2015. Sector textil*.
- CixaBank. (04 de 07 de 2013). *¿Que son los indices de sostenibilidad?: Inversion y finanzas.com*. Obtenido de Inversion y finanzas.com: <http://www.finanzas.com/aula-accionista/20130704/indices-sostenibilidad-2389071.html>
- Club de excelencia de sostenibilidad. (2015). *Estudio multisectorial 2015. Sobre el estado de la responsabilidad social corporativa de la gran empresa en España*.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*.
- Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de AECA. (2003). *Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*.
- Comisión Europea. (2013). *Informe sobre la responsabilidad social de la empresa en España*.
- Consejo de administración OIT. (2006). *Iniciativa InFocus sobre responsabilidad social de las empresas*. Ginebra.
- El Mundo. (26 de Abril de 2013). La tragedia de Bangladesh destapa los talleres de la miseria. *El Mundo*.
- Fernandez Izquierdo, M. Á. (2010). *Finanzas Sostenibles*. La Coruña: Netbiblo.
- Global Reporting Initiative. (2000-2011). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Amsterdam.

- Gonzalez Ramos , M. I., Donate Manzanares, M. J., & Guadamillas Gomez, F. (2014). Propuesta de una escala para la medición de la Responsabilidad Social Corporativa. *Pecunia*, 1-18.
- Granda Revilla, G. (s.f.). *La gestión de los grupos de interés en la estrategia de la organización* .
- Grupo Cortefiel. (2015). *Grupo Cortefiel. Informe de sostenibilidad 2014*. Obtenido de Grupo Cortefiel:
<http://www.memoriaaudiovisualgrupocortefiel.com/?placeValuesBefore>
- Guibert Ucin, J. M. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial. Competitividad y casos de buenas practicas en PYMES* . San Sebastian: Deusto.
- Inditex. (2014). *Memoria de sostenibilidad 2013 Inditex*.
- INDITEX. (2015). *INDITEX. Memoria anual 2014*.
- Instituto Nacional de Estadística. (2015). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*.
- Instituto Nacional de Estadística. (15 de Diciembre de 2015). *Encuesta Industrial de Empresas 2014. INE*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística. :
www.ine.es/prensa/np952.pdf
- MANGO. (2014). *Informe de Sostenibilidad MANGO 2013*.
- MANGO. (2015). *MANGO: Memoria de sostenibilidad 2014*.
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (2016). *Presentaciones sectoriales. Sector Textil y Confección*.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2015). *El comercio textil en España*.
- Observatorio de RSC. (2014). *Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa*.
- ONU. (1948). *DECLARACION UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS*.
- Organización Internacional del Trabajo. (9 de Julio de 2010). *La OIT y la responsabilidad social de la empresas*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo: http://www.ilo.org/empent/Publications/WCMS_142694/lang--es/index.htm
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo económico. (2000). *Líneas directrices de la OCDE PARA EMPRESAS MULTINACIONALES* . Obtenido de OCDE:
<https://www.oecd.org/corporate/mne/16975360.pdf>
- (2016). Quien, como y donde se fabrica la ropa que venden las grandes marcas. (J. Évole, Entrevistador)

- Quiroga Martínez, R. (2001). *Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: estado del arte y perspectivas*. Santiago de Chile.
- Riaño, P., & Pareja, C. (2014). El mapa de la moda 2014: Los líderes de la moda en España. *Modaes.es*.
- Ruiz, E., López, S., García, C., & Gago, M. L. (2013). *Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: McGraw-Hill.
- Sanchez Báscones, M., García Vilchez, E. J., & Pardo Almudí, R. (2010). ANÁLISIS DE HERRAMIENTAS DE SOSTENIBILIDAD Y RSC PARA SU APLICACIÓN A LA INDUSTRIA DE PROCESOS. *Revista de estudios empresariales. Segunda época*, 81-98.
- Soriano, V. G. (2016). Tragedia y esperanza: el fast-fashion y la Responsabilidad Social Corporativa. *Telva*.
- UN GLOBAL COMPACT. (30 de JUNIO de 2016). *El pacto mundial de las Naciones Unidas*. Obtenido de UN GLOBAL COMPACT:
<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc>