



# **GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**Curso académico 2021/2022**

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

Mención en Dirección General

## **DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR**

## **SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN FAMILY AND NON-FAMILY BUSINESS**

**AUTOR: Miguel Abascal Carral**

**DIRECTORAS: Ana María Serrano Bedia  
Marta Pérez Pérez**

**JUNIO 2022**



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen	3
Palabras clave	3
Abstract	3
Keywords	3
1 Introducción	4
2 Origen y desarrollo de los objetivos de desarrollo sostenible	5
2.1 ORÍGENES Y DESARROLLO A NIVEL EUROPEO	7
2.2 ORÍGENES Y DESARROLLO A NIVEL ESPAÑOL	8
2.3 INTEGRACIÓN DE INICIATIVAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN LAS EMPRESAS	9
3 ODS en el sector textil en España	12
3.1 INICIATIVAS PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS	15
4 Metodología	17
4.1 INDITEX Y SU CONTRIBUCIÓN CON LOS ODS	17
4.2 PRIMARK Y SU CONTRIBUCIÓN CON LOS ODS	22
4.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS	25
5 Conclusiones	33
Bibliografía	35

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES, GRÁFICOS Y TABLAS

Ilustración 1. los 17 objetivos de desarrollo sostenible	7
Ilustración 2: “el pacto mundial de naciones unidas españa refuerza su liderazgo con un 20% más de socios en 2021”	11
Ilustración 3	13
Ilustración 4. retos del sector	14
Ilustración 5: proceso zyosh	16
Gráfico 1: facturación anual de inditex 2011-2021	18
Ilustración 7: cadena de valor de inditex	21
Gráfico 2: facturación anual de primark 2007-2021	23
Tabla 1.1: comparativa entre las empresas	27
Tabla 1.1: comparativa entre las empresas	28
Tabla 1.1: comparativa entre las empresas	29
Tabla 2: inversión de inditex en los ods	30
Tabla 3: inversión abf-primark	31

## **RESUMEN**

En la actualidad, numerosas empresas del sector textil han implantado diferentes proyectos y propuestas adecuadas para el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible. El objetivo que se plantea es el análisis comparativo de dos empresas del sector textil, una empresa familiar -Inditex- y una empresa no familiar -Primark-. Con este análisis comparativo se pretende conocer la manera que tienen estas empresas de contribuir con la sostenibilidad y los ODS. Para alcanzar el objetivo propuesto se han utilizado diferentes fuentes de información, como son los Boletines Oficiales publicados por la ONU, la base de datos Statista, además de las propias páginas web de las empresas estudiadas. Los resultados obtenidos evidencian que la empresa familiar Inditex cumple con todos y cada uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, al contrario que Primark, que es una empresa que a pesar de estar bastante concienciada con la sostenibilidad no lo está así con la contribución a los ODS. Estos resultados son de interés para varios colectivos, entre los que destacan las propias empresas estudiadas, otras empresas del sector y estudiantes u otras personas interesadas en el tema de la sostenibilidad.

## **PALABRAS CLAVE**

Objetivos de Desarrollo Sostenible, Organización de las Naciones Unidas, Sector textil, Inditex, Primark.

## **ABSTRACT**

Currently, numerous companies in the textile sector have implemented different projects and proposals suitable for the fulfillment of Sustainable Development Goals. The objective of this work is the comparative analysis of two companies in the textile sector, a family business -Inditex- and a non-family business -Primark-. This comparative analysis aims to know the way these companies contribute to sustainability and the SDGs. To achieve the proposed objective, different sources of information have been used, such as the Official Gazettes published by the UN, the Statista database, as well as the websites of the companies studied. The results obtained show that the family business Inditex complies with all the 17 SDGs, unlike Primark, which is a company that despite being quite aware of sustainability is not so much so with the contribution to the SDGs. These results are of interest to several groups such as the companies studied, other companies in the sector and students or other people interested in the subject of sustainability.

## **KEYWORDS**

Sustainable Development Goals, The United Nations, Textil Sector, Inditex, Primark.

## 1 INTRODUCCIÓN

La finalidad principal de este trabajo es analizar el progreso de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) dentro del colectivo empresarial, estableciendo el foco de investigación en el sector textil. Asimismo, se va a estudiar qué actividades, estrategias o iniciativas motivan a las empresas a cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible. Para ello, se va a analizar el caso real de una empresa familiar como es Inditex y una empresa no familiar como es Primark, con el propósito de conocer las diferencias principales que puedan existir entre ambas.

Hoy en día, el desarrollo sostenible y sus consiguientes objetivos están muy presentes en el funcionamiento de las empresas, ya que cada vez queda menos tiempo para el cumplimiento y la mejora de los objetivos establecidos por Naciones Unidas en la Agenda 2030. El cambio climático, las condiciones ambientales y el desarrollo social son pilares que poco a poco están teniendo mayor presencia y preocupación en nuestra sociedad y es por ello por lo que las empresas no sólo se están centrando en la rentabilidad económica, sino que están enfocando sus proyectos hacia un mundo próspero y con menor desigualdad.

Actualmente nuestra sociedad está basada en un consumismo sin precedentes, tanto es así que se estima que desperdiciamos en torno a 460.000 millones de euros de valor cada año al tirar ropa (González, 2021). Dado el interés social de esta cuestión, en este trabajo se investigará sobre los motivos que han dado lugar a la puesta en marcha de iniciativas para el logro de los objetivos de desarrollo sostenible, tanto a nivel europeo como nacional. Además, se analizará el caso concreto de dos empresas del sector textil de gran reconocimiento, Inditex y Primark.

Este trabajo puede ser de gran utilidad para aquellas personas que estén concienciadas con el medio ambiente o con el tipo de prenda que usan. De esta manera van a poder conocer información interesante sobre cómo las empresas funcionan y aplican distintos objetivos para paliar los actuales problemas ambientales y sociales.

El objetivo general que se persigue con este trabajo es analizar de forma comparativa cómo las empresas del sector textil se comprometen para el desarrollo y la mejora de los objetivos de desarrollo sostenible.

Con esta finalidad, se realiza en primer lugar un estudio sobre el origen, el desarrollo y cuáles son los objetivos de desarrollo sostenible, tanto a nivel europeo como español. En segundo lugar, se estudia cómo las empresas del sector textil integran las distintas iniciativas sostenibles. A continuación, se realiza un trabajo de recopilación de información sobre los ODS en el sector textil en España y las diferentes iniciativas para el logro de los objetivos. Por último, se realiza un análisis comparativo de la empresa familiar Inditex y de la empresa no familiar Primark, con el propósito de conocer cuál de ellas está más implicada en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.

Los resultados obtenidos a través de este estudio son que el grupo Inditex cumple con la mejora de los 17 objetivos y que por lo tanto está más comprometida que su oponente en este estudio Primark, la cual sólo se compromete con alguno de ellos.

## 2 ORIGEN Y DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

### → INTRODUCCIÓN A LOS ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible fueron acogidos por las Naciones Unidas en 2015 como una llamada de atención universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030 todas las personas logren la paz y la prosperidad.

Los ODS están diseñados para combatir y erradicar la pobreza, el hambre, el SIDA y la discriminación contra las mujeres y niñas. Para llevar a cabo estos objetivos son requerimientos necesarios: la creatividad, el conocimiento, la tecnología y los recursos financieros.

Los ODS son una guía y un mapa que permitirá a las empresas identificar si su impacto social, económico y medioambiental aporta valor a la sociedad, para de esta manera fortalecer su reputación y sus relaciones con los distintos grupos de interés.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible para cambiar nuestro mundo son los siguientes: (Naciones Unidas, 2022).

1. **Fin de la pobreza:** actualmente, hay todavía más de 700 millones de personas en el mundo que viven en la pobreza extrema a pesar de reducirse desde un 36 % en 1990 hasta un 10 % en 2015.
2. **Hambre cero:** tras décadas de disminución, el hambre comenzó a aumentar lentamente desde 2015. Las estimaciones indican que cerca de 690 millones de personas pasan hambre en el mundo.
3. **Salud y bienestar:** asegurar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades es primordial para el desarrollo sostenible, más aún con la reciente pandemia que estamos viviendo.
4. **Educación de calidad:** durante la última década se ha conseguido aumentar el número de matriculados y se ha dado acceso a educación a aquéllos que no la tenían. No obstante, alrededor de 260 millones de niños en el mundo aún estaban fuera de la escuela en 2018.
5. **Igualdad de género:** es uno de los fundamentos esenciales para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible. La pandemia ha agravado los progresos avanzados.
6. **Agua limpia y saneamiento:** millones de personas no cuentan con algo tan básico como es el agua potable.
7. **Energía asequible y no contaminante:** el acceso a la electricidad en los países más pobres ha comenzado a acelerarse, la eficiencia energética continúa mejorando y la energía renovable está logrando resultados excelentes.
8. **Trabajo decente y crecimiento económico:** un crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar el nivel de vida de los ciudadanos.

## DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR

9. **Industria, innovación e infraestructura:** desempeñan un papel clave para introducir nuevas tecnologías, mejorar el comercio internacional y el uso eficiente de recursos, pero hay muchos países sin desarrollar.
10. **Reducción de las desigualdades:** todavía hay mucha desigualdad entre los distintos países.
11. **Ciudades y comunidades sostenibles:** la rápida urbanización está originando una serie de problemas como barrios pobres, servicios inadecuados, contaminación...
12. **Producción y consumos responsables:** actualmente, desperdiciamos comida, ropa, energía... No hay un consumo responsable por parte de la población. Por ello es un punto fuerte que mejorar.
13. **Acción por el clima:** tanto la temperatura como los gases efecto invernadero han llegado a su punto más alto y es necesario tomar medidas drásticas para lograr una solución.
14. **Vida submarina:** el cuidado de los océanos es esencial para llevar una buena calidad de vida, por ello, proteger nuestros océanos es primordial.
15. **Vida de ecosistemas terrestres:** la humanidad debe cambiar y más ahora con la pandemia y las enfermedades nuevas que aparecen.
16. **Paz, justicia e instituciones sólidas:** los conflictos, la inseguridad y el acceso limitado a la justicia continúan suponiendo una grave amenaza para el desarrollo sostenible. Como el actual conflicto entre Rusia y Ucrania.
17. **Alianzas para lograr los objetivos:** los ODS solo se pueden conseguir con asociaciones mundiales sólidas y cooperación.

## Ilustración 1. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: página web de las Naciones Unidas.

### 2.1 ORÍGENES Y DESARROLLO A NIVEL EUROPEO

Los orígenes se remontan al año 2000 cuando se lanzaron los llamados “Objetivos de Desarrollo del Milenio”. Estos objetivos fueron lanzados por los 192 integrantes de las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales con el propósito de terminar con la pobreza.

Establecieron 8 objetivos y 28 metas fijando el 2015 como límite para lograrlos, entre ellos se encuentran reducir la pobreza extrema, las tasas de mortalidad infantil, luchar contra epidemias de enfermedades, como el VIH/SIDA, y fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

Por ello, Naciones Unidas inició en 2012 un proceso que desencadenó en la fijación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Al observar los problemas a los que se enfrentaba la humanidad, intentaron buscar una solución. Este proceso se presentó en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Río de Janeiro en 2012, donde se creó un grupo de trabajo y tras un año de negociaciones se presentó la recomendación de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible con 169 metas, planteando su comienzo en el año 2015 y la finalización en el año 2030.

En el año 2020 y cuando se cumplieron cinco años de la adopción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el informe destacó diferentes progresos que se habían logrado en el mundo, entre ellos: la mejora de la salud materno infantil, la ampliación del acceso a la electricidad y el aumento de la representación de las mujeres en el Gobierno. Aun así, estos avances se vieron contrarrestados por la creciente inseguridad alimenticia, el

## DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR

deterioro del entorno natural y las continuas desigualdades dominantes (ONU, 2020, p.4).

Otra de las dificultades para continuar con los avances previamente mencionados fue la pandemia de COVID-19, que ha desatado una crisis que obstaculiza aún más el progreso de los ODS, lo que afecta en mayor medida a las personas más pobres y vulnerables.

Para el cumplimiento de estos objetivos, los países europeos se vieron obligados a emprender diferentes estrategias para el impulso de los objetivos de desarrollo sostenible.

Hasta ahora, el nivel de progreso en la Unión Europea es diferente entre los países. Los países que más cerca están de alcanzar los objetivos son Dinamarca, Suecia, Finlandia, Francia, Austria, Alemania y Holanda. Pero ninguno de ellos está en el camino para lograrlo en 2030. Al final de la lista están Grecia, Bulgaria, Rumania y Chipre, que están muy por debajo de la media de la UE (Koutsokosta y Gauret, 2020).

En el caso de Dinamarca, que está más cerca de alcanzar los ODS, su estrategia se basa en un proyecto llamado "Cero", el cual está financiado por fondos del municipio y de las compañías energéticas danesas. Con este proyecto buscan ser el primer país europeo en eliminar completamente las emisiones CO<sub>2</sub> y pretenden demostrar que es posible con la participación de empresas y de ciudadanos (Koutsokosta y Gauret, 2020).

### 2.2 ORÍGENES Y DESARROLLO A NIVEL ESPAÑOL

La Asamblea General de la ONU adoptó, en septiembre de 2015, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y tanto España como el resto de los Estados Miembros de las Naciones Unidas se comprometieron a hacer todo lo posible para poner fin a todas las formas de pobreza, combatir las desigualdades y hacer frente al cambio climático.

España ocupa la posición número 20 de un total de 165 países en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y a menos de diez años para la meta, ha alcanzado un 79,5% de cumplimiento del total de las ODS (Oliver, 2021).

Por un lado, España obtiene sus mejores resultados en la ODS 1 (pobreza cero), ODS 3 (salud y bienestar), ODS 4 (educación de calidad) y ODS 7 (energía asequible y no contaminante). Por otro lado, España obtiene su peor resultado en la consecución del ODS 15 (vida de ecosistemas terrestres) (Oliver, 2021).

Otros problemas que necesitan cierta mejora son la prevalencia de la obesidad, los desajustes en la alimentación o las altas emisiones de CO<sub>2</sub>.

El informe también ofrece una interesante visión de los distintos ODS, que permite analizar su evolución con respecto al inicio del programa para el desarrollo de los objetivos sostenibles que comenzó en 2015. En ese sentido, y desde 2018, fecha en que el gobierno de España aprobó el Plan de Acción para el cumplimiento y el logro de la Agenda 2030, España presenta evidente crecimiento en los ODS 1 y ODS 5 (Igualdad de género). Sin embargo, sufre un alarmante estancamiento en otros como el ODS 10 (Reducción de las desigualdades), ODS 14 (Vida submarina). El peor dato en este parámetro vuelve a ser para el ODS 15 (Vida de Ecosistemas terrestres), donde se puede hablar de una clara regresión (Oliver, 2021).

En ese sentido, el gobierno de España se ha propuesto un conjunto de metas para el cumplimiento de los objetivos y más concretamente en relación con el mencionado ODS 15.

Estos proyectos incluyen la adopción de medidas urgentes para poner fin a la caza furtiva y al tráfico de especies protegidas de flora y fauna, así como para prevenir la introducción de especies exóticas invasoras y reducir significativamente sus efectos en los ecosistemas terrestres y acuáticos. Entre esos planes, también cobra un papel relevante la movilización de recursos financieros para financiar la gestión forestal y realizar un uso sostenible de los bosques, reducir la degradación de los hábitats naturales, luchar contra la desertificación, detener la pérdida de biodiversidad, proteger a las especies amenazadas y evitar su extinción (Oliver, 2021).

## **2.3 INTEGRACIÓN DE INICIATIVAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN LAS EMPRESAS**

Las empresas mueven el mundo y es por eso por lo que el Pacto Mundial de Naciones Unidas presentó en 2020 un nuevo Marco de Aplicación de los ODS. Este Marco de Aplicación tiene como objetivo orientar a las distintas organizaciones o empresas para que se adentren y profundicen en la integración de los ODS.

Para el desarrollo de este proyecto, Naciones Unidas se ha basado en la experiencia de empresas que aportan gran parte de su inversión en la sostenibilidad y combinándola con diferentes guías de sostenibilidad y de integración de los ODS.

Como resultado, el nuevo Marco de Aplicación se ha estructurado en tres bloques que van desde la integración de los ODS en la estrategia y operaciones de la empresa hasta la implicación de grupos de interés en el desarrollo sostenible. Estos bloques son: (Pacto Mundial. Nuevo Marco de Aplicación de los ODS, 2020).

### **1. Anclar la ambición en la estrategia y la gobernanza:**

La Agenda 2030 no debe quedarse únicamente en los departamentos de sostenibilidad y medioambiente, debe integrarse también en la estrategia de la organización. De esta manera, la empresa conseguirá tener un mayor impacto.

Para ello, el Marco propone que las empresas comiencen por redefinir el propósito corporativo en línea con los principios de sostenibilidad y destaca dos características clave en este proceso:

- Cómo y dónde una empresa puede contribuir más para desarrollar este proceso (por ejemplo, ayudando a los consumidores a tomar decisiones más sostenibles).
- Tener en cuenta cómo contribuirán esos hechos a impulsar los objetivos empresariales tradicionales y a crear nuevas formas de valor para el cliente.

### **2. Profundizar la integración en el conjunto de las operaciones**

Una vez integrados los ODS en la estrategia de cada empresa, el siguiente paso será implementar las acciones anteriores en el conjunto de operaciones y los procesos

empresariales. Para ello, tendremos en cuenta la implementación en tres ámbitos principales:

- **Productos y servicios:** la integración de los ODS en la cartera de productos y servicios va a provocar cambios en la cadena de valor, desde los procesos de investigación y el desarrollo de productos, la obtención y adquisición de materias primas hasta el establecimiento de cadenas de suministro más sostenibles.
- **Gestión de personas:** la aplicación de los ODS en el núcleo de actividad de la empresa dependerá de los cambios en la cultura empresarial y las prácticas de gestión del personal. Éstas pueden incluir la creación de objetivos en referencia con los ODS, descripción de funciones y la gestión del desempeño o incluso la creación de estructuras de liderazgo y políticas de incentivos.
- **Finanzas:** para dirigir los recursos financieros hacia la transformación de productos y organizaciones, es clave integrar las prioridades empresariales relacionadas con los ODS en el flujo de capital y en el presupuesto dentro de una organización.

### 3. Reforzar el compromiso con los grupos de interés

Por último, al tiempo que las empresas se embarcan en la integración de los ODS en la estrategia y operaciones de la empresa, también pueden aumentar el enfoque en un tercer pilar: los grupos de interés.

En este sentido, hay que considerar que cada vez más tanto los consumidores como los inversores reclaman que las empresas estén concienciadas con la sostenibilidad. Por ello es esencial que las organizaciones apuesten por la transparencia y por comunicar la información sobre su impacto en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Esto último ayudará además a ampliar la sensibilización entre grupos de interés y obligará a los competidores del sector a reaccionar, impulsando una «carrera hacia lo más alto» de la sostenibilidad.

**Ilustración 2: “El Pacto Mundial de Naciones Unidas España refuerza su liderazgo con un 20% más de socios en 2021”**



Fuente: página web del Pacto Mundial Red Española.

España se ha convertido en un país con mayor número de participaciones en 2021, lo que ha supuesto un incremento del 20%, tal como se refleja en la Ilustración 2 (Pacto Mundial Red Española, 2022).

### 3 ODS EN EL SECTOR TEXTIL EN ESPAÑA

El sector textil es uno de los sectores que produce mayores impactos negativos a nivel ambiental y social. En la actualidad, es responsable del 10% de las emisiones de gases efecto invernadero, de la producción del 20% del agua residual y del 30% de los residuos plásticos en los océanos. Al mismo tiempo, es uno de los sectores más influyentes económica y socialmente en España. Esto implica que el sector puede contribuir significativamente al logro de los ODS y ser un ejemplo a seguir para otros sectores y territorios (Gómez et al., 2021).

Los consumidores no están aún lo suficientemente concienciados con el problema de sostenibilidad que hay en el sector textil, pero es cierto que en los últimos años se ha incrementado el número de consumidores sensibilizados con el impacto ambiental que producen sus hábitos de compra.

En el caso del consumidor español hay una clara evidencia de que las cuestiones sostenibles no son claves de preferencia. Los consumidores buscan otras claves como puede ser el precio (Gómez et al., 2021, p.5).

Por otro lado, el sector considera al consumidor como el punto clave en las decisiones de producción y por ello, a medida que los consumidores se vayan sensibilizando con la sostenibilidad, lo harán también con la producción de los productos. Sin embargo, hay más factores que condicionan el avance hacia la sostenibilidad. La creciente regulación, las expectativas de los *stakeholders*, la financiación sostenible y la disponibilidad de materias primas que no dañan el medio en el que vivimos (Gómez et al., 2021, p.5).

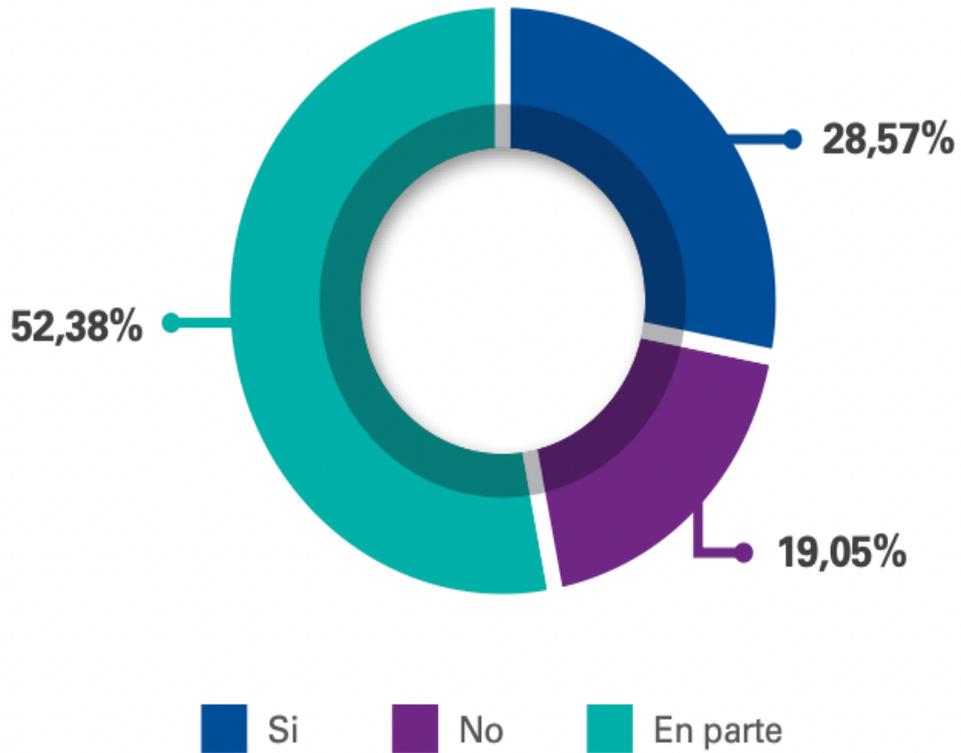
Los agentes del sector encuestados en el estudio de la transformación sostenible del sector textil por KPMG y Women Action Sustainability consideran que todavía no están preparados para afrontar las medidas sostenibles. Esto se debe a los siguientes motivos: (Gómez et al., 2021, p.8).

- Económicos: el sector carece de recursos económicos para poder hacer frente a la transformación.
- Hay mucha heterogeneidad, es decir, que hay muchas diferencias entre empresas y en la forma de actuar.
- Faltan las herramientas y las tecnologías concretas para realizar los proyectos de sostenibilidad.
- Es necesario que exista una colaboración entre todos los agentes del sector.

Según los agentes del sector, el principal desafío es la transición hacia un modelo circular, con el cual se va a poder hacer frente al reto del reciclaje, el uso de materiales sostenibles o la reducción de residuos. Otro de los retos es la necesidad de mejorar la predicción de la demanda, esto va a permitir la reducción de varios impactos negativos del sector, como el alto consumo de recursos, la alta producción de residuos textiles.

**Ilustración 3**

**¿Cree que el sector está preparado para responder a las expectativas sostenibles?**

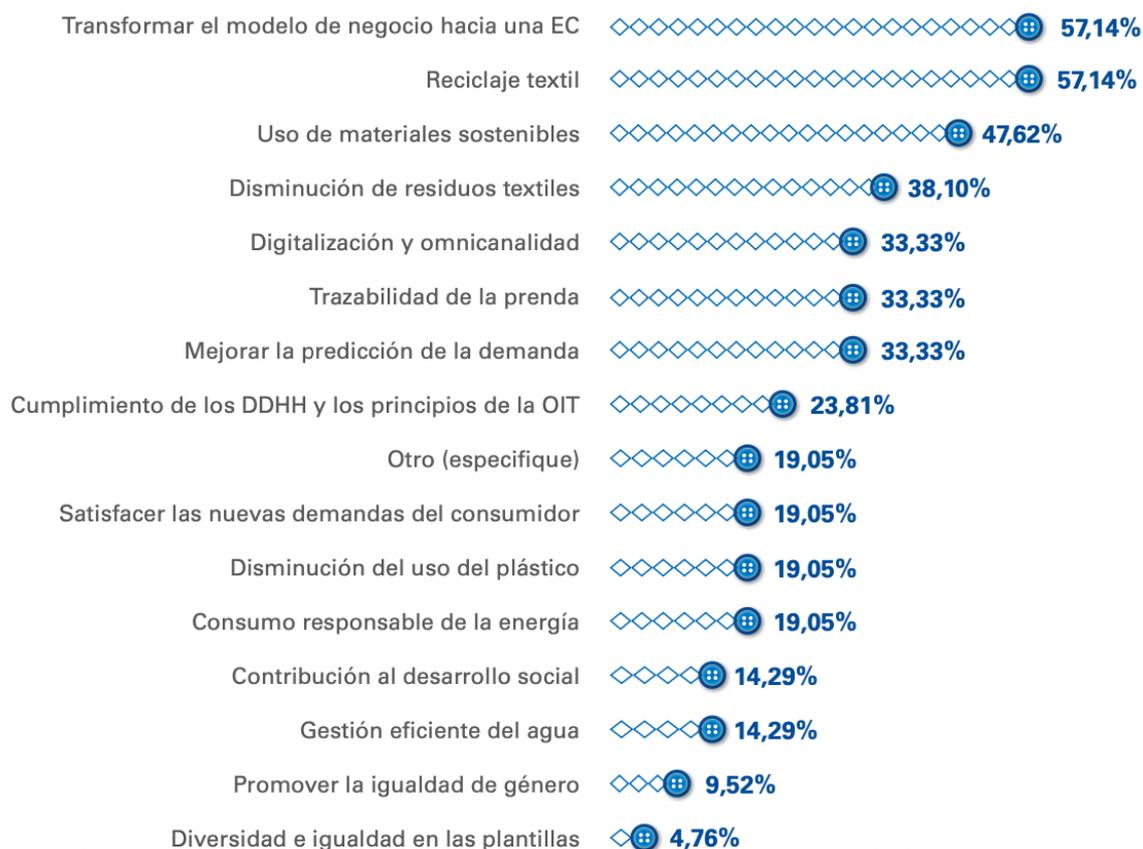


Fuente: informe de KPMG y Women Action Sustainability.

Los agentes del sector consideran en un 52,38% que el sector no está preparado para responder a las expectativas sostenibles, tal como se observa en la Ilustración 3 (Gómez et al., 2021, p.8).

### Ilustración 4. Retos del sector

#### Retos más urgentes y en los que el sector necesita hacer más esfuerzos



Fuente: informe de KPMG y Women Action Sustainability.

Los retos más urgentes en los que el sector textil necesita poner su esfuerzo, según se observa en la Ilustración 4, son el reciclaje textil, el uso de materiales sostenibles, así como tratar de disminuir la cantidad de residuos que se desperdicien y hacen que nuestro ecosistema se dañe (Gómez et al., 2021, p.12).

### 3.1 INICIATIVAS PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

Por un lado, gracias al estudio realizado por KPMG Y WAS podemos conocer varias medidas para mitigar los impactos que tienen los ODS en el sector textil.

- **Sensibilizar y formar al consumidor:**

En esta medida, uno de los ODS más importantes es el ODS 12; Producción y Consumos responsables.

Para ello, se espera que el consumidor sea más consecuente con las decisiones de consumo que toma. Se van a dar a conocer los impactos de la compra abusiva de ropa (como el consumo necesario de agua para fabricar una prenda), además de visibilizar las distintas estrategias que realizan las organizaciones para cumplir este objetivo.

- **Colaborar:**

Para el logro de los ODS es necesario que surjan alianzas entre agentes del sector, pero también entre agentes y organizaciones de otros sectores.

Por ello, para avanzar en el camino de la sostenibilidad es imprescindible que estos agentes definan objetivos estratégicos comunes.

- **Identificar los puntos y productos que producen mayores impactos, o tienen mayores riesgos asociados:**

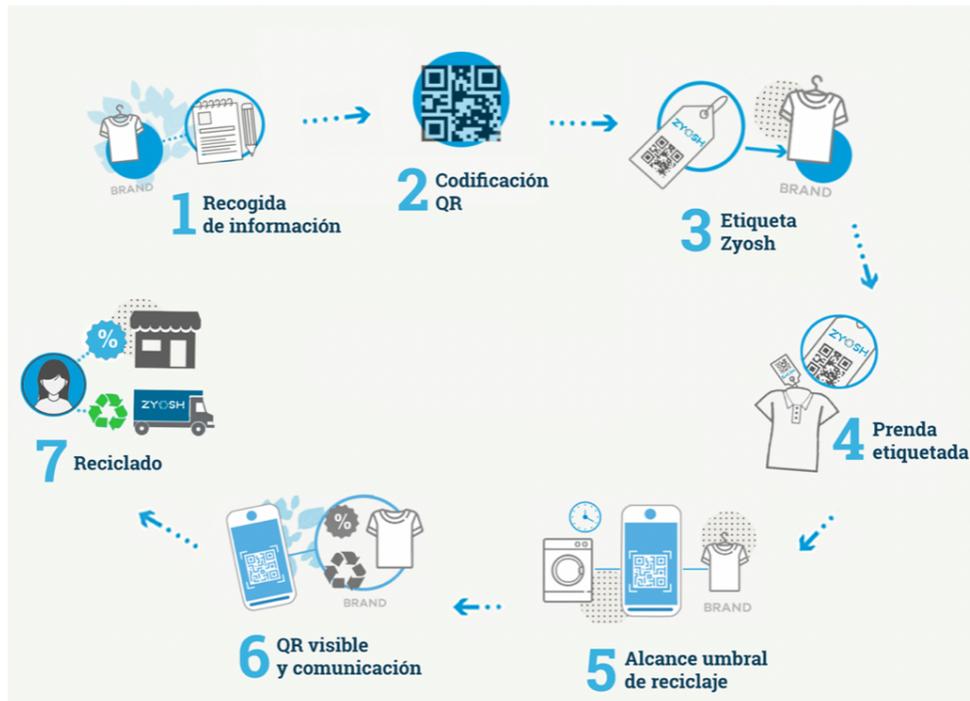
Es de vital importancia invertir tanto el tiempo como los recursos para estudiar en qué partes se van a centrar los esfuerzos para conseguir las mejoras necesarias.

Por otro lado, una de las iniciativas más comprometidas al cumplimiento de los ODS es el proyecto de I+D+i llamado Zyosh. Este proyecto, surgido en 2017, trata de promover una industria textil más limpia, sostenible y comprometida con los problemas que acarrea el mundo, además de evitar el vertido de microplásticos al mar.

Zyosh, más concretamente, es un departamento de Augusto Bellini, una empresa con gran experiencia en ofrecer soluciones innovadoras al sector textil. Tratan de ofrecer las herramientas necesarias tanto a los consumidores como a las industrias textiles para que traten de contaminar lo mínimo posible y lograr de esa manera unos océanos y redes fluviales más limpios y sanos.

Zyosh cuenta con un sistema de medición del grado de liberación de micropartículas tóxicas a través del lavado de la ropa. Los datos obtenidos a través de esta medición se incluyen en una etiqueta especial que informa al consumidor, y cambia de color cuando la pieza de ropa llega a su umbral de contaminación según los lavados a los que ha sido sometida. De esta forma, Zyosh es una propuesta inteligente que avanza en los objetivos y normativas de control de los residuos tóxicos y promoción de la economía circular (Vázquez, 2021).

### Ilustración 5: Proceso Zyosh



Fuente: página web del Pacto Mundial Red Española.

El proyecto Zyosh se basa en siete pasos que podemos ver en la ilustración anterior. Con este proceso vamos a obtener un código QR, el cual nos permitirá conocer en qué momento nuestra prenda de ropa está comenzando a contaminar. Es una manera fácil y sencilla de reciclar y mejorar poco a poco el ecosistema marino.

Con este proyecto, las empresas del sector textil pueden cumplir 7 de los 17 ODS. Estos son:

1. **Salud y bienestar (3):** reducen enfermedades y muertes que son producidas por la contaminación del aire, el agua y el suelo.
2. **Agua limpia (6):** mejoran la calidad del agua al no verter residuos peligrosos y productos químicos.
3. **Industria, innovación e infraestructuras (9):** incrementan la inversión en investigación científica para mejorar el sector industrial textil.
4. **Comunidades sostenibles (11):** su objetivo clave es formar unas ciudades y poblaciones totalmente sostenibles.
5. **Producción y consumos responsables (12):** controlan la generación de desechos a lo largo de su ciclo de vida para evitar su liberación al ecosistema.
6. **Vida submarina (14):** evitan y reducen la contaminación de los océanos.

7. **Vida de ecosistemas terrestres (15):** su visión es mantener todos los ecosistemas en buen estado.

## 4 METODOLOGÍA

Para lograr el objetivo planteado de este trabajo, en este punto se va a realizar un análisis comparativo de dos empresas, una empresa familiar -Inditex- y una empresa no familiar -Primark-.

En primer lugar, se comentará una breve historia de cada empresa para poner la situación en contexto.

En segundo lugar, se estudiará de qué manera estas empresas van a actuar en el cumplimiento de los ODS, así como de los planes o proyectos de sostenibilidad que están desarrollando.

Por último, se llevará a cabo una tabla comparativa de ambas empresas con el propósito de comprobar las principales diferencias y similitudes que hay entre ambas en el cumplimiento de la Agenda 2030.

Para el estudio de este caso se va a utilizar información de fuentes secundarias, no sólo de la proporcionada por la página de la empresa sino de artículos periodísticos, o portales estadísticos como Statista.

### 4.1 INDITEX Y SU CONTRIBUCIÓN CON LOS ODS

Inditex es una empresa familiar que tiene su origen en 1963, cuando su fundador, Amancio Ortega, inició su andadura en un taller de fabricación de ropa.

Su negocio comenzó en 1963 en Galicia de la mano de su anterior presidente, Amancio Ortega. Inditex abrió su primera tienda Zara en 1975, pero no fue hasta 1988 cuando comenzó su proceso de internacionalización.

Este año ha sido un año de cambios para la empresa, la hija del fundador y CEO de la empresa ha cogido el relevo del anterior presidente, Pablo Isla, en abril de 2022, convirtiéndose así en presidenta no ejecutiva del grupo de Inditex (Inditex, 2022). Por otro lado, en 2021, Óscar García Maceiras fue nombrado consejero delegado.

Actualmente, Inditex es una de las mayores compañías de distribución de moda del mundo, venden sus productos en 215 mercados a través tanto de su plataforma online como de las 6.477 tiendas que tienen en 95 mercados. El grupo está compuesto por siete marcas: Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho y Zara Home.

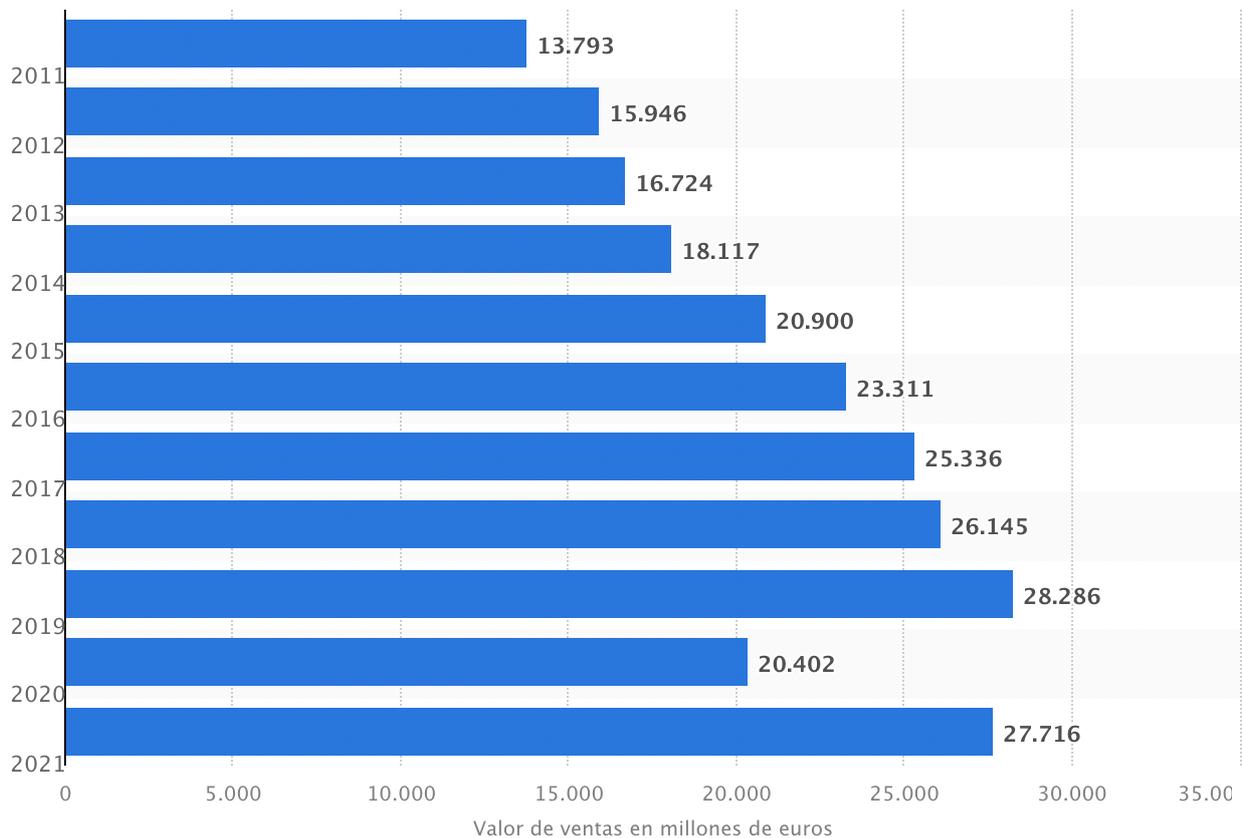
Desde sus inicios muchas cosas han cambiado, pero hay una idea que permanece inalterable: “nuestros clientes están en el centro de todo cuanto hacemos”, es por ello que en la empresa siguen un modelo basado en tres pilares clave: la flexibilidad, la integración y sostenibilidad.

Trabajan para crear valor más allá del beneficio, siempre con la mirada puesta en los efectos que su actividad genera en las personas y el medio ambiente. Por eso la filosofía que explica y resume su modelo de negocio sostenible se ilustra con el concepto *Right to Wear*.

## DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR

Inditex es el mayor grupo de distribución de moda del mundo y cerró el ejercicio 2021 (finalizado el 31 de enero de 2022) con una facturación de 27.716 millones de euros, un 36% más que en 2020. El beneficio se quedó un 11% por debajo de 2019 (Modaes, 2022).

**Gráfico 1: Facturación anual de Inditex 2011-2021**



Fuente: Statista.

Esta estadística recoge, en millones de euros, la facturación anual de la empresa española Inditex desde 2011 hasta 2021. En el ejercicio 2021, las ventas reportaron al grupo gallego unos ingresos de 27.720 millones de euros (Orús, 2022).

Por otro lado, la estrategia de Inditex está totalmente alineada con la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Han adoptado un fuerte compromiso con los objetivos de desarrollo sostenible.

En 2017 comenzaron a estudiar, investigar y alinear su estrategia con las metas en las que podían ser más destacables. Por ello, Inditex centró su estrategia en la contribución a la mejora del ODS 8: trabajo decente y crecimiento económico.

Su contribución al ODS 8 se extiende a toda la cadena de valor y se materializa en acciones diversas promovidas desde diferentes áreas de la Compañía. Fomentan la generación de empleo decente tanto para sus empleados como para los trabajadores de la cadena de suministro. Por otro lado, desarrollan proyectos para lograr el bienestar de las comunidades y crean políticas que formalizan su compromiso con el empleo

decente y mecanismos que aseguran su implantación, entre otras acciones. Todo ello lo realizan de la mano de sus grupos de interés y de las organizaciones relevantes en cada área.

En línea con el ODS 8, Inditex participa en la Alianza 8.7, que es una asociación mundial que se compromete a tomar medidas para erradicar el trabajo forzoso, esclavitud, la trata de personas y el trabajo infantil.

Esta alianza está promovida por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que une a gobiernos, empresas, organizaciones de trabajadores y sociedad civil.

También participan en la Plataforma de Acción sobre Trabajo Decente en Cadenas de Suministro Globales del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Es cierto que Inditex centra su estrategia de desarrollo sostenible en el ODS 8, pero también invierte para la mejora de los siguientes ODS: (Inditex, 2022).

- ODS 1 y 2. Fin de la pobreza y hambre cero: el grupo Inditex colabora con Cáritas desde el año 2011 para ayudar a personas con riesgo de exclusión social y ayuda con la inserción laboral de las mismas.
- ODS 3. Salud y bienestar: han adoptado medidas higiénicas, técnicas y organizativas, ofrecen ayuda en la introducción de medidas preventivas del COVID -19 y colaboran desde 2008 con Médicos sin fronteras.
- ODS 4. Educación de calidad: facilitan el acceso a la educación de personas en situación de exclusión social, además de programas de formación para sus empleados.
- ODS 5. Igualdad de género: Inditex fomenta entornos de trabajo diversos e inclusivos, además hay paridad salarial entre hombres y mujeres. Cuentan con una estrategia de género, diversidad e inclusión en la cadena de suministro.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento: según Inditex (2020), se quiere reducir el impacto de su actividad respecto al agua por lo que, colaboran con diversos socios como es el caso del proyecto Bangladesh Water PaCT
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante: su estrategia global se basa en disminuir el consumo de energía en tiendas, oficinas y centros de logísticos.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico: Inditex contribuye a través de sistemas para remediar el trabajo infantil, la prohibición del trabajo forzoso y de la discriminación en cualquier ámbito.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura: promueven la industrialización de la cadena de suministro a través de la aplicación del programa Ready to Manufacture, o de proyectos como el Lean o el SCORE en colaboración con la OIT.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades: buscan personas diversas para cubrir los distintos puestos de trabajo y fomentan la no discriminación del colectivo LGTBI a través del proyecto Equal Diversidad.

## DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR

- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles es un objetivo al que han contribuido en 2017 a través de una inversión de 1.255.581€ en programas sociales.
- ODS 12. Producción y consumo responsable: en 2020 superaron uno de sus objetivos relacionados con la sostenibilidad de los productos, con el 25% de prendas puestas a la venta bajo la etiqueta 'Join Life' y alcanzando un 38% de unidades bajo esta etiqueta.
- ODS 13. Lucha contra el cambio climático: apoya la lucha contra el cambio climático y en 2020 logró que la organización SBTi (Science Based Targets Initiative) aprobara sus objetivos de descarbonización para 2030.
- ODS 14. Vida submarina: Inditex se compromete a reducir el vertido de sustancias químicas, además de la eliminación total de las bolsas de plásticos.
- ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres: Inditex es uno de los fundadores de la iniciativa CanopyStyle. El objetivo de esta iniciativa es la protección de los bosques primarios impulsando un cambio dentro de la industria textil.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas: el Modelo de Compliance les permite transmitir una cultura ética tanto a empleados como proveedores. Además, en 2017 el Consejo de Administración de Inditex aprobó las políticas de integridad del grupo.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos: Inditex es consciente de la importancia de colaborar para mejorar el mundo, por eso colabora con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo, IndustriALL Global Union, UNI Global Union, Fashion Pact, Make Fashion Circular, Cáritas o Médicos sin Fronteras

Como parte del compromiso con la economía circular y la descarbonización, en línea con la Agenda 2030, Inditex adelanta el objetivo de alcanzar las cero emisiones netas para 2040, diez años antes de lo que anteriormente estaba previsto. Durante 2020, el 35% de prendas del Grupo contaban con la etiqueta Join Life, que distingue los procesos y materias primas más sostenibles. También se alcanzó el 80% de consumo de energía renovable, frente al 65% marcado (Sáez, 2021).

Durante el ejercicio de 2020, la compañía eliminó las bolsas de plástico de sus tiendas y pedidos online, y con el siguiente objetivo marcado para 2023, de eliminar todos los plásticos de un solo uso para clientes (El Periódico, 2021).

### Ilustración 7: Cadena de valor de Inditex



Fuente: Inditex.

La cadena de valor de Inditex es la forma que tiene de fabricar, distribuir, vender y mantener los productos que ofrecen, y lo hace mediante un sistema circular (Inditex, 2022).

Con este sistema circular, lo que pretende Inditex es ser responsables en todas las fases del ciclo productivo.

En primer lugar, apuestan por la incorporación de tejidos que permitan reducir el impacto medioambiental y a proteger la biodiversidad, como el algodón orgánico.

En segundo lugar, en cuanto al diseño de sus colecciones, Inditex ha lanzado colecciones específicas de productos más sostenibles como la etiqueta *Join Life*.

En tercer lugar, cuenta con estándares de salud y seguridad a la hora de fabricar sus productos.

En cuarto lugar, con el programa *Green to Pack* buscan reducir el consumo de materias primas en sus embalajes y mejorar la densidad de los envíos, aumentando la cantidad de productos transportados en cada envío.

En quinto lugar, tanto sus tiendas como sedes buscan la sostenibilidad y eficiencia energética (ahorran de media un 20% en electricidad y hasta un 40% de consumo de agua respecto a una tienda convencional).

Por último, con el objetivo de alargar la vida útil de la ropa, cuentan con un proyecto para la reutilización y reciclaje de prendas en colaboración con entidades del tercer sector, empresas de reciclaje y fabricantes de tejidos.

### 4.2 PRIMARK Y SU CONTRIBUCIÓN CON LOS ODS

Primark es una empresa no familiar y tiene su origen en los años 60, al igual que Inditex. Surgió de un empleado de ABF, Arthur Ryan, contratado para potenciar las marcas de la compañía en Irlanda. Abrió su primera tienda, llamada Penneys, en 1969 en Dublín y, en la actualidad, cuenta con más de 387 tiendas repartidas por doce países de Europa y América (Bou, 2020).

Primark es una empresa internacional subsidiaria que forma parte del grupo empresarial ABF (Associated British Foods). El grupo empresarial opera principalmente en el sector de la alimentación y opera en 53 países. Su cometido es crear valor a largo plazo para sus grupos de interés, por ello proporcionan alimentos y ropa seguros, nutritivos y asequibles que tienen una excelente relación calidad-precio (ABF, 2022).

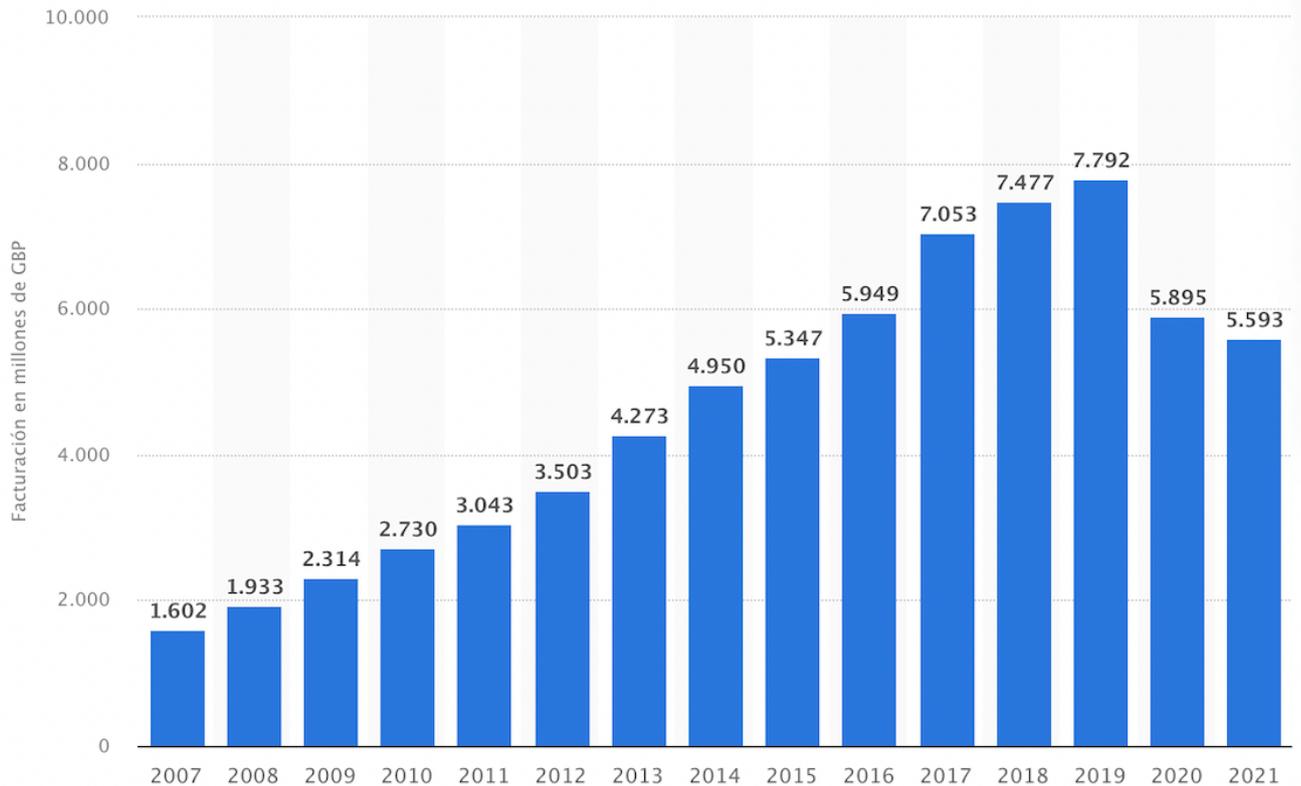
Primark aporta al grupo ABF el 61 % de los beneficios de la empresa (Martin, 2021). El actual CEO de ABF es George Weston mientras que de Primark es Paul Marchant el cual lleva siéndolo desde 2009.

Primark es la única marca textil del grupo y ofrece al gran público lo último en moda, belleza y artículos del hogar por muy poco; en pocas palabras, moda sensacional a precios sensacionales. Sus secciones más populares son Primark Moda y Primark Home.

Las claves de su éxito son los precios económicos, además de la constante renovación de su catálogo. Otro punto fuerte es que cuenta con una gran variedad de artículos. En un mismo establecimiento podemos encontrar desde artículos de belleza hasta objetos de decoración, es por ello que Primark aporta al grupo ABF el 61% de los beneficios de la empresa (Bou, 2020).

Primark, la cadena irlandesa de moda *low cost*, ha cerrado el ejercicio 2021 (finalizado el 18 de septiembre) con una facturación de 6.532 millones de euros, un 5% menos que el ejercicio anterior.

**Gráfico 2: Facturación anual de Primark 2007-2021**



Fuente: Statista.

Esta estadística recoge, en millones de libras esterlinas, la facturación anual de la empresa Primark desde 2007 hasta 2021. En el ejercicio 2021, las ventas reportaron al grupo Primark unos ingresos de 5.593 millones de libras.

Se puede observar cómo en 2019 fue el punto álgido en cuanto a su facturación y que a partir de 2020 descendió como consecuencia de la pandemia.

Por otro lado, Primark, está comprometida a cambiar la forma en la que trabajan. Por ello, están continuamente trabajando en formas de reducir su impacto en el planeta.

Un dato importante es que desde 2019 han retirado 503 millones de artículos de plástico de un solo uso para lograr su compromiso de eliminar los plásticos de un solo uso para 2027, además de que es una de las compañías internacionales de moda en adoptar prácticas más regenerativas en el cultivo de algodón para 2030.

Por otra parte, Primark se ha propuesto un plan de reducir a la mitad de las emisiones de carbono que producen para 2030, ya que emiten más de seis millones de toneladas de CO2 al año.

También se comprometen a transformar su negocio para que sea circular y más sostenible en los próximos 10 años. Su plan de reciclaje en las tiendas, establecido en colaboración con el especialista en reciclaje *Yellow Octopus*, permite a los clientes del Reino Unido utilizar los buzones de recogida, disponibles en las 190 tiendas de Primark de todo el país, para dejar la ropa, los textiles, el calzado y los bolsos usados de

## DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR

cualquier marca. Todos los artículos donados se reutilizan, se reciclan o reconvierten en aislantes, o rellenos de juguetes y colchones, sin que nada acabe en la basura. Todos los beneficios del programa se destinan a UNICEF, socio solidario mundial de Primark, para apoyar sus programas de educación para niños vulnerables en todo el mundo.

Gracias a los beneficios recaudados del programa *Yellow Octopus*, Primark junto con su socio mundial Unicef, apoyan programas para finalizar la pobreza y mejorar la educación y calidad de vida de los más pequeños, sumándose así a la mejora del ODS 1: Fin de la pobreza y ODS 4: Educación de calidad.

Además, quieren encontrar un hogar adecuado para la ropa que no venden. Por ello, en Europa donan esa ropa no vendida a la organización benéfica *Newlife* desde 2010 y, en Estados Unidos, a *Good Delivery* desde 2015. Estas organizaciones recogen, clasifican y reciclan la ropa para recaudar fondos, que se utilizan para pagar equipos y personal de enfermería especialmente formado para asistir a niños con discapacidades y enfermedades terminales y a sus familias.

Primark centra su contribución con el ODS 12: Producción y consumo responsables. Para ello, tratará de garantizar que las opciones más sostenibles estén al alcance de todos. (Corresponsables, 2021). Para llevar a cabo esta estrategia, Primark va a cambiar la forma en la que fabrica su ropa, pero sin cambiar sus precios, permitiendo a todos tomar decisiones más sostenibles a la hora de comprar.

Su estrategia de sostenibilidad está diseñada para reducir los residuos textiles, reducir la mitad de emisiones de carbono en su cadena de valor y mejorar la vida de las personas que fabrican productos Primark.

Cabe destacar los nueve compromisos de Primark que han puesto en marcha debido a su alcance global e incluyendo toda su cadena de suministro y sus propias operaciones: (Corresponsables, 2021).

**Prolongando la vida útil de las prendas:** compañía circular y más sostenible.

1. Ropa asequible diseñada para durar: refuerzan la durabilidad de las prendas para 2025.
2. Ropa que se pueda reciclar: toda la ropa será reciclable por diseño para 2027.
3. Ropa fabricada con fibras recicladas: todas las prendas estarán hechas de materiales reciclables o de origen más sostenible para 2030.

**Protegiendo la vida en el planeta:** favorecen la naturaleza reduciendo a la mitad las emisiones de carbono y eliminando los residuos. (ODS 14: vida submarina y ODS 15: vida de ecosistemas terrestres).

4. Reducir a la mitad la huella de carbono: reducir a la mitad las emisiones de carbono en toda la cadena de valor para 2030.
5. Eliminar los residuos no procedentes de la ropa: eliminar los plásticos de un solo uso y todos los residuos no procedentes de la ropa para 2027.
6. Restaurar la biodiversidad (ODS 13: acción por el clima): su Programa de Algodón Sostenible formará a los agricultores en prácticas de cultivo más regenerativas para 2030.

**Mejorando la vida de las personas:** protegen y mejoran el medio de vida y la resiliencia de las personas que fabrican su ropa.

7. Crear resiliencia financiera (ODS 8): trabajo decente y crecimiento económico): buscan un salario digno para los trabajadores en la cadena de suministro y los apoyan con formación en conocimientos financieros básicos y acceso a protección social para 2030.
8. Promover la igualdad de oportunidades para las mujeres (ODS 5): igualdad de género): fortalecen la posición de las mujeres en nuestra cadena de suministro a través del desarrollo de habilidades, centrando la eliminación de las barreras para el progreso para 2030.
9. Mejorar la salud y el bienestar (ODS 3): garantizar el acceso a procesos de reclamación efectivos para los trabajadores de la cadena de suministro y ampliar el acceso a la ayuda para el bienestar físico y mental para 2030.

#### 4.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez conocida la información de ambas empresas, se va a realizar una comparativa de resultados con el objetivo de conocer cuál de ellas está más involucrada con los objetivos de desarrollo sostenible.

Tanto Inditex como Primark son empresas dedicadas al sector textil, que actualmente es un sector muy potente a nivel nacional cada vez más concienciado con el desarrollo sostenible y con buscar la manera de cumplir con los objetivos de la Agenda 2030 propuestos por la ONU.

Tras realizar el análisis del estudio de caso de Inditex, hemos podido observar que es una empresa que fomenta el cumplimiento de todos los objetivos. Entre sus principales acciones destacan: (Inditex, 2022).

- El compromiso para acabar con el hambre y la pobreza colaborando con Cáritas, desarrollando proyectos de recogida de ropa para los más necesitados.
- La participación con asociaciones como Médicos Sin Fronteras para garantizar el acceso a la sanidad a los países menos desarrollados, además de su política de Seguridad y Salud Laboral para garantizar la salud de sus trabajadores.
- La promoción de la educación ayudando desde dos ámbitos. El primero, colaborando para dar acceso a la educación a personas en riesgo de exclusión social. El segundo, ofreciendo programas de formación y empleabilidad a través de Inditex Careers.
- El fomento de la igualdad de género ofreciendo las mismas oportunidades a ambos géneros dentro de la empresa y colaborando con programas en apoyo a las víctimas de violencia de género.
- El compromiso por la mejora del uso del agua en los procesos de fabricación uniéndose a proyectos.

## DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR

- La reducción del consumo de energía, cambiando los mecanismos de iluminación dentro de las instalaciones y la obtención de certificaciones LED y BREEAM.
- La capacidad de hacer frente a los problemas relacionados con los derechos laborales realizando auditorías a los proveedores externos para garantizar su cumplimiento.

Por ello, Inditex es una empresa que promueve la consecución de la mayoría de los objetivos y que se encuentra completamente comprometida con la agenda 2030 de Desarrollo Sostenible. Aparecen, además, una serie de objetivos propuestos para los próximos años en relación con la emisión de gases, los recursos naturales o los vertidos, con el propósito de eliminar su impacto llegada la fecha marcada.

Tras realizar el análisis del estudio del caso de Primark, hemos podido comprobar que es una empresa que fomenta el cumplimiento de algunos de los objetivos de desarrollo sostenible. Entre sus principales acciones destacan: (Primark, 2022).

- El compromiso para acabar con la pobreza colaborando con Unicef, que es su socio solidario mundial, a través del reciclaje de prendas.
- Para minimizar los daños a la vida terrestre y submarina, Primark se compromete a reducir la utilización de plásticos de un sólo uso, así como la emisión de CO2 que producen al fabricar sus prendas.
- Con el objetivo de restaurar la biodiversidad, su Programa de Algodón Sostenible formará a los agricultores en prácticas de cultivo más regenerativas para 2030.
- Mejoran la vida de las personas, promoviendo la igualdad de género en los puestos de trabajo, además de impartir formación y conocimiento a los trabajadores.

Primark al igual que Inditex, es una empresa que también contribuye al cumplimiento de varios de los objetivos de desarrollo sostenible, además de estar comprometido con asociaciones como Unicef.

Una vez comprobados los objetivos que cada una de ellas cumple, se va elaborar un cuadro comparativo entre las dos.

Tabla 1.1: Comparativa entre las empresas

ODS	ODS 1: Fin de la pobreza	ODS 2: Hambre cero	ODS 3: Salud y bienestar	ODS 4: Educación de calidad	ODS 5: Igualdad de género	ODS 6: Agua limpia y saneamiento
<b>INDITEX</b>	Colabora con Cáritas.	Colabora con Cáritas.	-Colaboran con Médicos sin fronteras. -Ofrecen ayuda en la introducción de medidas preventivas.	Programas de formación para sus empleados.	-Entornos de trabajo diversos. -Paridad salarial.	Colaboran con socios (Bangladesh Water PaCT).
<b>PRIMARK</b>	Colabora con Unicef.		Garantizan ayudas para el bienestar físico y mental.	Mejorar la educación con el programa Yellow Octopus.	Eliminan barreras y fortalecen la posición de las mujeres.	

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 1.1: Comparativa entre las empresas**

ODS	ODS 7: Energía asequible y no contaminante	ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico	ODS 9: Industria, innovación e infraestructura	ODS 10: Reducción de las desigualdades	ODS 11: Ciudades y comunidades especiales	ODS 12: Producción y consumos responsables
<b>INDITEX</b>	Disminuye el consumo de energía en sus instalaciones.	-Remediar el trabajo infantil. -Prohibición trabajo forzoso.	-Industrialización de la cadena de suministro. -Programa Ready to Manufacture. -Proyectos: Lean o Score.	-Buscan personas diversas para su plantilla. -Proyecto Equal Diversidad.	Inversión de 1.255.581€ en programas sociales.	Etiqueta “Join Life” en las prendas.
<b>PRIMARK</b>		-Salarios digno para sus trabajadores -Apoyo con formación en conocimientos financieros.				Sostenibilidad de la ropa al mismo precio.

**Tabla 1.1: Comparativa entre las empresas**

<b>ODS</b>	<b>ODS 13: Acción por el clima</b>	<b>ODS 14: Vida submarina</b>	<b>ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres</b>	<b>ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas</b>	<b>ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos</b>
<b>INDITEX</b>	Objetivos de descarbonización.	Reducen el vertido de sustancias químicas y plásticos.	Protección de los bosques -> iniciativa CanopyStyle.	-Cultura ética a trabajadores y proveedores. -Modelo Compliance.	Colabora con muchos proyectos y causas.
<b>PRIMARK</b>	Reducen la mitad de las emisiones de carbono.	Eliminan plásticos y residuos de un solo uso.	Programa de Algodón Sostenible.		Colaboran con varios proyectos.

**Tabla 2: Inversión de Inditex en los ODS**

<b>ODS (en euros)</b>	<b>2021</b>	<b>% 2021</b>	<b>2020</b>	<b>% 2020</b>
1. Fin de la pobreza	1.796.811	2,9%	199.709	0,3%
2. Hambre cero	509.079	0,8%	171.091	0,2%
3. Salud y bienestar	9.223.912	14,8%	28.371.255	40,2%
4. Educación de calidad	3.810.370	6,1%	4.958.119	7,0%
5. Igualdad de género	2.980.153	4,8%	3.422.346	4,8%
6. Agua limpia y saneamiento	1.032.230	1,7%	1.396.363	2,0%
7. Energía asequible y no contaminante	464.644	0,7%	30.684	0,0%
8. Trabajo decente y crecimiento económico	5.869.853	9,4%	7.259.969	10,3%
9. Industria, innovación e infraestructura	844.244	1,4%	397.752	0,6%
10. Reducción de desigualdades	19.973.638	32,1%	12.901.353	18,3%
11. Ciudades y comunidades sostenibles	842.896	1,4%	793.168	1,1%
12. Consumo y producción responsable	12.863.973	20,7%	9.729.241	13,8%
13. Acción por el clima	519.761	0,8%	115.627	0,2%
14. Vida submarina	204.690	0,3%	160.416	0,2%
15. Vida de ecosistemas terrestres	824.001	1,3%	250.000	0,4%
16. Paz, justicia e instituciones sólidas	89.652	0,1%	346.048	0,5%
17. Alianzas para lograr los objetivos	370.126	0,6%	132.080	0,2%
<b>Total</b>	<b>62.220.033</b>	<b>100%</b>	<b>70.635.222</b>	<b>100%</b>

Fuente: Memoria Anual 2021, Inditex.

En términos financieros, Inditex es una empresa que en el año 2021 invirtió en diferentes programas y proyectos para la mejora de los ODS con un total 62.220.003 € como podemos observar en la “Tabla 2”.

Tabla 3: Inversión ABF-Primark

## Making a positive contribution

Our businesses aim to make a lasting contribution to society. Our values help us to articulate the long-term benefits we can deliver for our people, suppliers, communities, customers and the environment.

### Investing in our people

We prioritise the safety and wellbeing of our employees, contractors and others we work with, and aim to cultivate diverse and inclusive workplaces where everyone is respected, supported and empowered to fulfil their potential.

**128,000**

people employed

**£39m**

invested in safety risk management

**53%**

of our total workforce and 37% of our senior management are women

**>70%**

of our people have access to an employee assistance programme

### Supporting society and strengthening our supply chains

We respect the rights of people within and beyond our operations, develop products that help to support healthy lifestyles and aim to strengthen the communities where our suppliers live and work.

**2,200**

hours of social and environmental training delivered to Primark suppliers

**544,000**

people's lives improved since the launch of Twinings' Sourced with Care programme

**2.8m**

meals provided through surplus food donations to foodbanks

**1,206**

audits of supplier factories by Primark

### Respecting the environment

We work hard to reduce greenhouse gas emissions, use natural resources efficiently and promote ecosystems, biodiversity and animal health and welfare.

**54%**

of the energy we used came from renewables\*

**79%**

of the waste we generated was sent for recycling, recovery or other beneficial use

**25%**

of total water abstracted was reused before being returned to the environment

**£34m**

invested in environmental risk management

Fuente: Memoria Anual 2021, ABF.

En términos financieros y con respecto a la reducción de gases, el uso de recursos naturales y la protección de la biodiversidad el grupo ABF invirtió 34 millones de libras en 2021. Por otro lado, invirtieron en 2021, 39 millones de libras para proteger y que sus trabajadores tengan la seguridad suficiente en el desempeño de sus trabajos.

## DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR

Una vez realizadas las tablas comparativas anteriores, obtenemos una visión más amplia y clara sobre qué empresa está más comprometida con el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.

Comparando las tablas 1,1 y 1.2, podemos ver que la empresa familiar Inditex se compromete a la mejora de todos los objetivos propuestos por Naciones Unidas. Esto quiere decir que Inditex es un grupo muy concienciado con lograr los objetivos de la Agenda 2030, y como consecuencia con la mejora de la vida de las personas y la sostenibilidad.

Inditex fue una de las primeras compañías en incorporar la sostenibilidad en el corazón de la empresa, diseñando planes de responsabilidad medioambiental desde el año 2002, es por ello que la sostenibilidad abarca toda la cadena de valor a través de compromisos específicos en cada área de su modelo de negocio: diseño, fabricación, logística y tiendas (Narváez, 2019).

Por lo tanto, podemos decir que Inditex es un grupo que no sólo se centra en los objetivos financieros de su negocio, sino que aporta gran cantidad de trabajo a la mejora del desarrollo sostenible. Tanto es así, que, en términos financieros, Inditex es una empresa que en el año 2021 invirtió en diferentes programas y proyectos para la mejora de los ODS con un total 62.220.003 € como podemos observar en la “Tabla 2”, aportando la mayor cantidad al cumplimiento del ODS 10: Reducción de desigualdades con un total de 19.973.638 €. Su menor contribución es con el ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas, ya que solo aporta 89.562 €.

Por otra parte, la empresa no familiar Primark se compromete con sólo algunos de los objetivos. Concretamente no colabora para la mejora de los siguientes objetivos: ODS 2: Hambre cero; ODS 6: Agua limpia y saneamiento; ODS 7: Energía asequible y no contaminantes; ODS 9: Industria, innovación e infraestructura; ODS 10: Reducción de las desigualdades; ODS 11: Ciudades y comunidades especiales; ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas.

En términos financieros, Primark no aporta en su página web lo que invierte para el cumplimiento de cada uno de los objetivos de desarrollo sostenible. Por ello, me centraré en lo que aporta su grupo ABF.

Con respecto a la reducción de gases, el uso de recursos naturales y la protección de la biodiversidad invirtieron 34 millones de libras en 2021. Por otro lado, invirtieron en 2021 39 millones de libras para proteger y que sus trabajadores tengan la seguridad suficiente en el desempeño de sus trabajos.

El hecho de que Primark no colabore con todos los objetivos no significa que no sea una empresa sostenible, ya que recientemente está tratando de mejorar ese ámbito de su negocio y cada vez está cumpliendo con más objetivos.

Aunque Inditex aporte más esfuerzo o empeño a la contribución de los objetivos, Primark está cada vez más cerca de llegar a la altura de Inditex, ya que actualmente están invirtiendo y trabajando en mejorar el desarrollo sostenible en la medida de lo posible.

## 5 CONCLUSIONES

El objetivo que se ha pretendido alcanzar con la realización de este TFG es analizar de forma comparativa como las empresas del sector textil se comprometen para el desarrollo y la mejora de los objetivos de desarrollo sostenible. Para ello, se ha procedido a analizar la situación real de dos empresas, una empresa familiar -Inditex- y una empresa no familiar -Primark-, con el propósito de conocer de qué manera van a actuar en el cumplimiento de los ODS, así como de los planes o proyectos de sostenibilidad que están desarrollando.

Mediante el estudio realizado hemos obtenido información que pone de manifiesto la importancia que tiene la participación de las empresas en los ODS para mejorar el futuro de la sociedad y que todas ellas pueden contribuir dentro de sus posibilidades, destacando aquellos objetivos que mantengan una mayor relación con su actividad.

Actualmente el sector textil está cada vez más concienciado con la sostenibilidad y es por ello que muchas empresas del sector invierten en diferentes proyectos y asociaciones con el objetivo de cumplir los objetivos de desarrollo sostenible.

Centrándonos en el caso de ambas empresas, en Inditex hemos encontrado datos destacables en casi todos los ámbitos, mientras que Primark solo se centra en un número más reducido de objetivos.

Que Inditex sea una empresa más concienciada con la sostenibilidad y los objetivos de desarrollo sostenible tiene bastante sentido ya que las empresas familiares tienen desafíos únicos y un mayor sentido de responsabilidad hacia la comunidad en la que operan. Por ello, la atención a la sostenibilidad ofrece a la empresa familiar oportunidades para reducir costes, mejorar productos y servicios y aplacar el riesgo de posibles problemas ambientales (Fainsod, 2021).

Se puede afirmar que este trabajo es de gran interés y cuenta con varias implicaciones importantes para distintos colectivos, tanto en el ámbito profesional como el académico. En cuanto al primero de ellos, este informe puede ser de gran utilidad para las empresas del sector textil que aún no están concienciadas con la sostenibilidad o que no conocen la situación actual de los ODS. También puede tener destino para aquellas personas que estén dispuestas a formar una empresa en el sector textil.

Respecto al ámbito académico, puede ser de gran utilidad para aquellos estudiantes que se estén formando o que tengan la intención de realizar su carrera profesional en el mundo textil.

Este trabajo ha sido desarrollado a pesar de la existencia de una limitación. Actualmente en el mundo que vivimos, la sostenibilidad es uno de los temas más destacados y que más importancia tienen en las empresas y gobiernos, es por ello que he podido encontrar mucha información acerca de los proyectos en los que invierten para contribuir con los ODS.

La limitación principal ha sido la dificultad a la hora de buscar la información ofrecida por la empresa no familiar Primark. Esto se debe a que en su página web no se especifica de manera clara qué objetivos contribuye a alcanzar, sino que informa acerca de sus proyectos de sostenibilidad.

Para concluir, me gustaría destacar la importancia que ha tenido este proyecto para mí, tanto a nivel académico como a nivel personal. Me ha permitido conocer más a fondo los objetivos de desarrollo sostenible y cómo actualmente las empresas orientan sus actividades a la sostenibilidad y a la mejora de la vida de las personas en general. Por otro lado, este proyecto me ha permitido adquirir más conocimientos y además he

## DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR

podido conocer cómo se hace un proyecto grande por mí mismo. Finalmente, me gustaría destacar las actitudes de compromiso y constancia que han supuesto la realización de este trabajo, y que considero imprescindibles para el desarrollo de cualquier proyecto futuro.

## BIBLIOGRAFÍA

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. 2022. Los ODS en acción. [Consulta 25-03-2022]. Disponible en:  
<https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>

Deloitte. 2022. Publicaciones. La importancia de los ODS para las empresas. [Consulta 27-03-2022]. Disponible en:  
<https://www2.deloitte.com/es/es/pages/governance-risk-and-compliance/articles/importancia-ods-empresas.html>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. 2022. Antecedentes de los ODS. [Consulta 25-03-2022]. Disponible en:  
<https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/background/>

Naciones Unidas. 2020. Informe sobre los progresos en el cumplimiento de los ODS. [Consulta 01-04-2022]. Disponible en:  
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/progress-report/>

Oliver, R. (2021, 18 de noviembre). ¿Cómo lo está haciendo España en materia de ODS? Vozpópuli. Disponible en:  
<https://www.vozpopuli.com/branded/espana-ods.html>

Pacto Mundial Res Español. 2020. Nuevo marco de aplicación de los ODS. [Consulta 05-04-2022]. Disponible en:  
<https://www.pactomundial.org/noticia/presentamos-un-nuevo-marco-de-aplicacion-de-los-ods-para-escalar-la-ambicion-de-las-empresas-sobre-la-agenda-2030/>

Zyosh. 2022. Tecnología textil para cambiar el mundo. [Consulta 07-04-2022]. Disponible en:  
<https://zyosh.com/Ind/tecnologia-textil-para-agenda-2030-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

KPMG. 2022. La transformación sostenible del sector textil. [Consulta 07-04-2022]. Disponible en:  
<https://home.kpmg/es/es/home/tendencias/2021/09/transformacion-sostenible-sector-textil.html>

El Confidencial. 2021. Moda insostenible. [Consulta 21-04-2022]. Disponible en:  
[https://www.elconfidencial.com/medioambiente/empresa/2021-11-14/industria-moda-huella-de-carbono-sostenibilidad\\_3322394/](https://www.elconfidencial.com/medioambiente/empresa/2021-11-14/industria-moda-huella-de-carbono-sostenibilidad_3322394/)

Koutsokosta, E. Gauret, F. (2020, 11 de marzo). Los movimientos de la UE para alcanzar la sostenibilidad. Disponible en:  
<https://es.euronews.com/next/2020/03/11/los-movimientos-de-la-ue-para-alcanzar-la-sostenibilidad>

Estrategias de Desarrollo Sostenible 2030. 2020. [Consulta 22-04-2022]. Disponible en:  
<https://www.mdsocialesa2030.gob.es/agenda2030/documentos/eds2030.pdf>

## DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA FAMILIAR Y NO FAMILIAR

Vázquez, M. (2021, 23 de febrero). Zyosh etiqueta la ropa para mejorar la logística de la economía circular. Disponible en:  
<https://elmercantil.com/2021/02/23/zyosh-etiqueta-la-ropa-para-mejorar-la-logistica-de-la-economia-circular/>

Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. 2020. [Consulta 22-04-2022]. Disponible en:  
[https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020\\_Spanish.pdf](https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020_Spanish.pdf)

Inditex. 2022. Quiénes somos. Consulta [27-04-2022]. Disponible en:  
<https://www.inditex.com/es/quienes-somos/conocenos>

Moda.es. 2022. Empresa. Inditex se queda a un 2% de las ventas de 2019 y gana 3.243 millones de euros en 2021. [Consulta 27-04-2022]. Disponible en:  
<https://www.modaes.es/empresa/inditex-se-queda-a-un-2-de-las-ventas-de-2019-y-gana-3243-millones-de-euros.html>

Primark. 2021. Nuestra historia. [Consulta 28-04-2022]. Disponible en:  
<https://www.primark.com/es/aboutus>

Bou, M. (2020, 25 de noviembre). La historia de Primark y su gran éxito. Disponible en:  
<https://espanadiario.net/moda-consumo/primark>

Alliance 8.7. Uniendo fuerzas globalmente para acabar con el trabajo forzado, la esclavitud moderna, el tráfico de personas y el trabajo infantil. [Consulta 29-04-2022]. Disponible en:  
<https://1mayo.ccoo.es/e200f7bd5cc3a58e64e9fdb0f71ca49e000001.pdf>

Un año de compromisos. [Consulta 29-04-2022]. Disponible en:  
<https://www.elperiodico.com/es/civismo/20210930/ano-compromisos-12120208>

Primark. Planeta. Reciclaje y reducción de residuos. [Consulta 01-05-2022]. Disponible en:  
<https://corporate.primark.com/planet/recycling-and-reducing-waste>

Corresponsables. (2021, 20 de septiembre). Primark garantiza que hará que las opciones más sostenibles estén al alcance de todos/as. Disponible en:  
<https://www.corresponsables.com/actualidad/ods12-primark-opciones-sostenibles-estrategia-sostenibilidad>

Inditex. 2022. Contribución al desarrollo sostenible. [Consulta 01-05-2022]. Disponible en:  
[https://static.inditex.com/annual\\_report\\_2017/desarrollo-sostenible](https://static.inditex.com/annual_report_2017/desarrollo-sostenible)

ABF.2002. Acerca de ABF. [Consulta 19-05-2022]. Disponible en:  
<https://www.abf.co.uk/about-us>

Narváez, A. (2019, 15 de diciembre). Lo que dice Greenpeace de la sostenibilidad de Inditex: de las campañas a los hechos. Disponible en:  
<https://www.elespanol.com/quincemil/articulos/actualidad/lo-que-dice-greenpeace-de-la-sostenibilidad-de-inditex-de-las-campanas-a-los-hechos>

Fainsod, J. (2021, 23 de agosto), Desarrollo sostenible en las empresas familiares.  
Disponible en:  
<https://consultoresoc.com.mx/2021/08/23/desarrollo-sostenible-en-las-empresas-familiares/>