

PRODUCCIÓN TEXTIL Y SU RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVAⁱ

TEXTILE PRODUCTION AND ITS RELATIONSHIP WITH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

PRODUÇÃO TÊXTEL E SUA RELAÇÃO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Arturo Luque Gonzálezⁱⁱ, Galo Gallardo Carrilloⁱⁱⁱ

Citas

Luque-González, Arturo & Gallardo-Carrillo, Galo (2019). Producción textil y su relación con la responsabilidad social corporativa. *Dimensión Empresarial*, 17(1). DOI: 10.15665/dem.v17i1.1591

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar los elementos que facilitan y contribuyen al desarrollo del sector textil transnacional teniendo en cuenta factores exógenos, así como su relación con la responsabilidad social empresarial (RSE) a través de un análisis Delphi. Se han utilizado dos paneles de cincuenta y cinco expertos relacionados con las temáticas objeto de estudio, los cuales respondieron a las hipótesis planteadas con la finalidad de clasificar y analizar los resultados obtenidos identificándolos según su influencia económica, tecnológica, social, política y legal, dando como resultado la existencia de un universo de posibilidades en el sector textil, circunstancias que contribuyen a mejorar la producción de una manera más ética y sostenible. Palabras clave: responsabilidad social empresarial, industria textil, análisis Delphi, innovación.

Abstract

The objective of this research is to analyse the elements that facilitate and contribute to the development of the transnational textile sector considering exogenous factors, as well as its relationship with corporate social responsibility (CSR) through a Delphi analysis. We have used two panels of fifty-five experts related to the subject matter of study, which responded to the hypotheses in order to classify and analyse the results obtained by identifying them according to their economic, technological, social, political and legal influence, giving as a result, the existence of a universe of possibilities in the textile sector, circumstances that contribute to improving production in a more ethical and sustainable way. Keywords: Corporate social responsibility, textile industry, Delphi analysis, innovation.

Resumo

O objetivo desta pesquisa é analisar os elementos que facilitam e contribuem para o desenvolvimento do setor têxtil transnacional, levando em consideração fatores exógenos, bem como sua relação com a responsabilidade social corporativa (RSE), por meio de uma análise Delphi. Utilizamos dois painéis de cinquenta e cinco especialistas relacionados ao tema, que responderam às hipóteses para classificar e analisar os resultados obtidos, identificando-os segundo sua influência econômica, tecnológica, social, política e jurídica, como resultado, a existência de um universo de possibilidades no setor têxtil, circunstâncias que contribuem para melhorar a produção de forma mais ética e sustentável. Palavras-chave: Responsabilidade social corporativa, indústria têxtil, análise Delphi, inovação.



INTRODUCCIÓN

Ante las exigencias de los consumidores y la propia sociedad (en muchos casos alejada de los cánones de solidaridad) las empresas transnacionales (ETN) compiten en un entorno implacable de competitividad. El desarrollo de la actividad textil transnacional genera relaciones directas entre empresas, gobiernos ávidos de inversión y medio ambiente. Emergen nuevos productos, servicios, reglamentaciones e impactos. Estos factores —muchos de ellos exógenos— condicionan y promocionan los sistemas de producción textil descansando bajo el paraguas de una amalgama de recomendaciones conocidas como procesos de responsabilidad social empresarial (RSE).

Estas medidas son aprovechadas por muchas empresas para generar todo tipo de impactos positivos en sus intereses junto a otros de carácter inconfesable que de manera directa reinterpretan la verdadera finalidad de las políticas de RSE. Según la empresa Unilever (2016) las propias marcas de la empresa están incorporando la Responsabilidad Social Corporativa a sus estrategias de ‘marketing’. De ahí que surja una duda conceptual en relación con el despliegue de estas medidas, para qué sirven o cuál es su seguimiento y función real. Por este motivo es necesario analizar el contexto transnacional mediante sus fortalezas, empleando un método Delphi multidisciplinar de cincuenta y cinco expertos, con el objetivo de analizar de manera transversal las fortalezas del sector textil.

Se analizan los resultados obtenidos del panel de expertos junto a una apropiada revisión bibliográfica. El panel está configurado por diferentes participantes, todos ellos de reconocido prestigio

internacional con el fin de ahondar en diferentes áreas de conocimiento como son la ética empresarial, migraciones, logística, productos químicos en textiles, epidemiología, juristas, expertos en procesos de negociación colectiva, mundialización, empresas del sector, etcétera, así como sujetos activos de la vida institucional, con el objeto de cartografiar muchos de los desafíos que envuelven la producción textil de carácter global desde sus fortalezas, valores y relación con procesos de RSE (Luque, Hernández Zubizarreta & de Pablos, 2016).

La industria textil se asienta en gran cantidad de procesos logísticos de carácter extremo (producción, transporte) y legislaciones a medida, que junto a cadenas de producción —y externalizaciones— de carácter ciclópeo conforman parte del engranaje textil. Según la Organización Mundial del Comercio OMC (2016, pág. 54) [...] las grandes empresas están relativamente más conectadas a las cadenas de valor mundiales en varios sectores, en especial en la industria de los textiles [...]. Se generan necesidades naturales como vestirse, otras artificiales (promover nuevas compras), así como avanzados desarrollos industriales a partir de complejos estándares. Las normativas de seguridad avanzan tecnificando nuevos procesos muchos de ellos bajo demanda. Paralelamente se desarrollan requerimientos ficticios como ir a la moda, circunstancia que funciona como una gran sinfonía alimentada por las ETN a la sombra de los mass media (Luque, 2017). Estas circunstancias se activan con un simple clic de ratón, permitiendo poner en marcha un universo de posibilidades (Lipovetsky, 1987).

PARADIGMA DE LA GLOBALIZACIÓN TEXTIL

El valor de las exportaciones mundiales de mercancías según la Organización Mundial del Comercio OMC (2017) ha aumentado un 32% aproximadamente desde 2006, alcanzando el volumen de 16 billones de dólares de EE. UU. en 2016, de los cuales el 5 % corresponde a prendas de vestir y textil. El comercio de mercancías, manufacturas y productos agropecuarios registran el mayor crecimiento, aumentando en valor un 37 % y un 67 %, respectivamente. Dentro del sector textil, China sigue siendo el principal exportador de textiles concentrando un 37 % de las exportaciones a nivel mundial. De los 10 principales países exportadores de textiles en miles de millones de dólares EE.UU., obtenemos el siguiente listado: China 106; Unión Europea (28) 65; India 16; Estados Unidos 13; Turquía 11; República de Corea 10; Pakistán 9; Taipei Chino 9; Hong Kong 8 y Viet Nam 7. El sector textil junto con el vestido, el cuero y el calzado se caracteriza por una producción geográficamente dispersa y por cambios rápidos impulsados por el mercado, proporciona oportunidades de empleo a millones de trabajadores en todo el mundo, en particular a las mujeres jóvenes (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2016) lo que pone de manifiesto su relevancia a nivel mundial como pilar del comercio y de la economía mundial.

La industria textil ha evolucionado y tecnificado de forma vertiginosa contribuyendo con ello a mejorar su nivel de producción. Se exprimen de manera consustancial los límites del planeta en toda su extensión vía extracción de materias primas (Acosta, 2016). Se profesionalizan las externalizaciones aumentando las cadenas de proveedores (Barrar & Gervais, 2006) con el fin de minimizar costos —como misión— explorando fronteras con el fin de posibilitar nuevas rutas alternativas de transporte (polo norte incluido). De acuerdo con la OIT (2017, pág. 4) las cadenas mundiales de suministro se han convertido en una característica dominante del comercio y

la inversión mundial que abarca economías en desarrollo, emergentes y desarrolladas.

Surgen nuevos procesos logísticos como análisis relacionales que estimulan los hábitos del consumidor (Kumar & Arbi, 2008; Bruce & Daly, 2011; MacCarthy & Jayarathne, 2012). De manera paralela se mejora el conocimiento y con ello su negocio global atravesando cada poro de la sociedad, [...] para que el modelo funcione el consumo no puede parar. (Quintanilla, 2015). El sistema de producción textil se tecnifica, está empujado viento a favor mediante vallas publicitarias en espacios inverosímiles, campañas de impacto en radio, tv y periódico, patrocinios singulares (ej. videojuegos, películas e internet), obligaciones impuestas o mediante el simple pillaje de información digital (Anderson, Horvath, & Lagüela, 2017). Actos cotidianos como mandar un mensaje de texto, acceder a una red social, o suministrar nuestra dirección de correo electrónico en el momento de realizar una compra, se interrelacionan. El sistema —en este caso del big data— no deja de avanzar. El usuario parece rendido a entregar su valioso tesoro a precio de saldo y conocer así sus hábitos para que el sistema no se debilite. La información es poder, y es necesario saber para vencer, circunstancia fácil de obtener inclusive sin nuestra aprobación (Morozov, 2015). Explorar la cartografía de parámetros conductuales derivados de los —posibles— consumidores es fundamental para que el sistema siga retroalimentándose, las ETN lo saben.

De igual modo, los procesos de logística internacional son esenciales para la industria textil. Presentan a su vez una mayor complejidad (Martínez Barreiro, 2008) debido a diferentes tendencias existentes como son el 1) creciente número de entregas, siendo estas más pequeñas y frecuentes, 2) democratización en los procesos de compra (debido a una mayor accesibilidad y nivel de renta), 3) mayor condicionamiento temporal (necesidad de obtener el producto ahora, sino lo hará

otro proveedor más rápido y mejor que tu), 4) envió de productos desde lugares cada vez más remotos (economía global con gestión local), 5) mayor atención sobre la gestión y control de proveedores en tiempo real, 6) programación de ciclos de vida de productos en general más cortos, 7) implantación de nuevos sistemas de organización de trabajo y 8) gestión de la productividad en relación a la demanda y a nuevos paradigmas legales y comerciales (globalización). Estas circunstancias marcan el devenir de la economía mundial, y por tanto el futuro de los desarrollos industriales de carácter transnacional.

Las empresas se adaptan ante nuevas necesidades de entrega y producción a la carta por parte de consumidores y clientes. Influye igualmente la voraz competencia existente en el mercado, cada céntimo cuenta y nadie está dispuesto a perderlo, crear en las empresas estrategias diferenciadas de administración, comercialización, producción y control, que atraigan a consumidores cada vez más exigentes, se ha convertido en una verdadera necesidad (Observatorio industrial del sector textil-confección, 2006, p.7). Los operadores logísticos son los principales apéndices para poder producir y vender al ritmo que esperan las empresas textiles, Según Boix (2016) la empresa transnacional Inditex cuenta en España con unos:

50.000 trabajadores (fábricas, logística y tiendas) y 150.000 en todo el mundo (esencialmente tiendas), pero para la que trabajan (para la producción cada año de unos 1.200 millones de unidades de ropa y complementos) 1,5 millones de trabajadores en casi 6.000 fábricas de 45 países de 4 continentes

Estos datos no hacen más que evidenciar la gestión del conocimiento realizado en los últimos años por parte de la industria coordinando su producción internacional y su modelo de negocio. Se desarrollan nuevos productos (cada vez con mayor valor añadido) y se generan colecciones de ropa más breves y numerosas dentro de una moda

cada vez más económica, más rápida, más efímera. En determinadas economías, puede tener mayor costo el arreglo de una prenda que la compra de una nueva. Todo ello marcado por un imparable aumento del nivel de ventas online conocida como e-commerce. Este modelo de venta conlleva stockaje de diferentes tallas, colores, envíos a diferentes continentes, etcétera. Abundan empresas con envíos de productos gratuitos, así como sofisticados sistemas de devolución siendo esta una verdadera ventaja competitiva a la hora de diferenciarse entre competidores (conocido como logística inversa).

Ésta consolidada estructura abre la puerta de la economía colaborativa y de pequeños productores al ofrecer sus bienes y servicios desde cualquier rincón del planeta (Sharma & Bhagwat, 2007). Según Iñigo (2017) el gasto en prendas de vestir a nivel internacional representa un crecimiento del 18,75% desde el año 2009 al 2016. Los países con mayor crecimiento son China, Polonia, Israel y Rumanía. En el año 2020, los 5 países que liderarán el gasto textil son China, Estados Unidos, Japón, Reino Unido, y Alemania, lo que supone un 73,75% del gasto de prendas de vestir. El aumento del gasto en textil en los hogares de China es del 7,1% entre el año 2009 y 2016 y las expectativas de futuro es que siga creciendo de manera sostenida.

La gestión del conocimiento marca cualquier tipo de desarrollo industrial (Barney, 1991; García-Álvarez, 2015; Lim, Tseng, Tan, & Bui, 2017) de ahí que su eficiencia se vehicule mediante diferentes canales, muchos de ellos en tiempo real, que poseen las diferentes multinacionales textiles (Buxmann, 1999; Gil, Mollá, & Ruiz, 2008). Como señala Castells (2005) la revolución tecnológica actual debido a sus dimensiones y profundidad puede considerarse más importante que las revoluciones industriales de los siglos XVIII y XIX.

Este avance no ha sido a coste cero. Se han creado oportunidades de negocio que se han visto fortalecidas en muchos casos con mano de obra

intensiva de países pobres o mediante la degeneración de las relaciones laborales en países avanzados. Se implementan nuevas modalidades de trabajo generando nuevos flujos migratorios, oportunidades de carácter desigual y un dato objetivo de 200 millones de personas desempleadas (Ryder, 2015). Ante esta disyuntiva cabe preguntarse por qué no avanzar hacia un modelo de crecimiento basado en la sostenibilidad.

Si los recursos naturales son finitos, ¿por qué el crecimiento tiende a infinito? Proponiendo equilibrio y protección sobre los más desfavorecidos (recursos asistenciales, renta básica, medio ambiente), cabe la necesidad de incorporar a esos 200 millones de personas al mercado laboral. El adecuado análisis de este nicho de mercado es una fortaleza del sector textil sin precedentes. En muchos casos —este espectro de la población— no tiene sus necesidades cubiertas siendo fuente objetiva de desarrollo industrial, e inclusión social.

La empresa que decide invertir en países en vías de desarrollo o subdesarrollados, ha de tener en cuenta aspectos fundamentales como el tipo de infraestructuras del país, características de los puertos (bien secos o navegables), conexiones ferroviarias, aeropuertos, calidad del suministro eléctrico, niveles de corrupción, sanciones internacionales interpuestas, etcétera. Según Arahuetes & Steinberg, (2013):

Las empresas internacionalizadas tienen un mayor tamaño y producen una mayor cantidad de bienes y servicios que las que operan exclusivamente en el mercado nacional. Al ser más grandes pueden hacer un mejor aprovechamiento de las economías de escala y tener una mayor capacidad financiera, que a su vez les permite realizar mayores inversiones.

Es esencial analizar la valoración de los costos en telecomunicaciones (uso e implantación) y la seguridad jurídica ya que hay que hacer cumplir (además de presupuestar) lo acordado entre las partes, así como el seguimiento de la legislación

vigente para que la inversión no quede en saco roto y se eternicen los problemas burocráticos. Es fundamental igualmente el respeto del entorno y la evaluación de daños emergentes con motivo de uso de sustancias tóxicas al límite de la legislación (Grandjean & Landrigan, 2014). El mercado de la sostenibilidad química en el sector textil es apasionante y está aún sin explorar a gran escala sobre todo teniendo en cuenta el crecimiento de productos ecológicos y una mayor y mejor conciencia por parte de los consumidores, traducido en nuevas demandas de productos y servicios. Los sistemas de certificación y auditoría deben ser una palanca de cambio y mejora continua —pese a que a veces pueden ser elementos únicamente legitimadores— siempre que no sean procesos autorregulados sin control externo que conlleven intereses particulares. En relación con las auditorías según Farias (2016):

no sirve la imagen estática de una foto proveniente de una auditoría pasada. Hoy esa imagen ya es obsoleta. Se necesita ver la situación actual, renovada y viva. Lo que está pasando en la fábrica ahora mismo. Se debe generar el film de la vida de las fábricas con visitas regulares y constantes. Percibir la continuidad de una situación aprobada o los cambios que atentan contra ella, es el objetivo

En la Tabla 1 Sostenibilidad Verde se realiza un resumen terminológico sobre los factores que inciden en las ETN textiles clasificados en dos dimensiones. La primera basada en el consumidor. Esta recoge el cambio de hábitos que ha desarrollado la ciudadanía a la hora de ejercer sus acciones de compra. Se traslada a las empresas una mayor presión mediante empuje social. Los individuos mediante sus adquisiciones, voto en las elecciones así como con su queja, conflicto o aprobación permanente ante los productos y servicios que ofrecen empresas y gobiernos, condicionan la manera de producir y de gobernar. Se reclama una producción más ética y sostenible que no permita la arbitrariedad de las

ETN sobre la conceptualización de autodenominarse empresa verde o empresa socialmente responsable. Cabe recordar que existe una gran confusión en la sociedad y en la industria textil respecto a la propiedad de los desechos textiles (Palm, 2011; Naturvårdsverket, 2013). Las relaciones de ETN con el medio ambiente, los desarrollos técnicos, gestión ética empresarial y el abuso de legislaciones débiles en países pobres, influyen cada vez más a la hora de tomar decisiones por parte de 1) consumidores, 2) Estados y, 3) organismos supranacionales.

Por otro lado, establecer una cadena de suministro verde es esencial para las ETN textiles con miles de proveedores (en ocasiones más de 6.000). Esta circunstancia genera certidumbre en la ciudadanía que entiende de manera preeminente la responsabilidad legal de las ETN en todas sus dimensiones. Además, reduce costos y genera nuevos procesos de innovación, circunstancia que se traduce en una ventaja competitiva sin precedentes y un futuro nicho de mercado ilimitado para la ciudadanía, ávida de nuevos productos y servicios más sostenibles. Países pobres llenos de necesidades, deben ser ayudados con el fin de incorporarlos a una revolución tecnológica sostenible, circunstancia que mejorará sus recursos, calidad de vida de su población y una mayor democratización a la hora de ejercer así su derecho de compra.

Así, se abre un espacio de posibilidades ilimitadas tanto técnicas como productivas asentadas en nuevos paradigmas como son el respeto y promoción del medio ambiente (Moore & Ausley, 2004) y etiquetados verdes (Nimon & Beghin, 2017). Se desarrollan nuevos componentes menos contaminantes junto a

procedimientos empresariales menos agresivos —con menores emisiones de CO₂, menor consumo de agua y mayor reciclaje— (Kant, 2012). Vertiginosos procesos logísticos interactúan entre sí (Fernie & Sparks, 2014), incluyendo envíos gratuitos y procedimientos de logística inversa (Dekker, Fleischmann, Inderfurth, & van Wassenhove, 2013). Se tecnifican procesos de externalización (Ferdows & de Meyer, 1990; Sharpe, 1997; Barthelemy, 2003), además de existir la necesidad de democratizar los acuerdos globales de comercio (Irwin, 2015), con el fin de promover un mayor y mejor acceso de las clases medias y países emergentes al comercio (Kharas, 2010).

En este sentido, una producción más sostenible y un consumo más responsable (Ocampo, Perdomo-Ortiz, & Castaño, 2014) son necesarios para reequilibrar el alto consumo de recursos naturales existentes —siendo estos limitados— así como contribuir a reducir los altos niveles de contaminación¹ existentes a nivel global producidos en parte por la industria textil (Chen & Burns, 2006; Gallezot, 2012; Oliveira, et al., 2013; Browne, 2015).

Cabe la necesidad de promover la apertura de nuevos agentes que de manera directa velen por la seguridad de los productos y usuarios como son los consumidores activos (herramientas 3.0, economía colaborativa, poder de compra, etcétera.). La ciudadanía tiene la capacidad de condenar a empresas irresponsables y asimetrías generadas. Sin olvidar la libre circulación de capitales, la cual ha conducido a un nuevo crisol de oportunidades —no para todos igual que permite a empresas y usuarios la accesibilidad a nuevos productos y mercados con el fin de mejorar la calidad y disponibilidad de los productos fabricados (Passet, 2013).

¹ De acuerdo con la Junta Central de Control de la Contaminación de la India, el 63 por ciento de las aguas residuales urbanas que desembocan en los ríos (unos 62 mil millones de litros por día) son vertidos sin recibir tratamiento. Además, las infraestructuras, los barrios marginales, las oficinas y las urbanizaciones han reclamado

a lo largo del tiempo ríos, humedales y llanuras de inundación, lo que ha reducido los canales naturales de los ríos y el flujo distorsionado, reduciendo en gran medida la capacidad de los ríos de la India para amortiguar las inundaciones. También ha afectado la biodiversidad.

En la figura 1 Elementos que inciden y promocionan de los factores que pueden crear confianza y valor en los procesos de producción textil de carácter el sistema de producción textil. transnacional, se muestran de manera gráfica algunos

Tabla 1. Sostenibilidad Verde

Implicaciones que Fortalecen Acciones de Sostenibilidad		
Dimensión	Autor	Concepto
Consumo	Crane, 2005	Las corporaciones implementan la creación de espacios y oportunidades para un consumo más ético
	Hendarwan, 2002; Rochefort 1995; Strong, 1996	Emerge un nuevo tipo de consumidor, aquel que es consciente de sus actos de compra, tiene valores diferentes y se preocupa por sus acciones en el mercado. La ciudadanía empuja para producir de manera sostenible
	Newholm & Shaw, 2007, pág. 255; Mathiyazhagan, Govindan, NoorulHaq, & Geng, 2013; Chizaryfard, Samie, & Pal, 2018	Los consumidores responsables se preocupan por diversos elementos, entre los que se encuentran procedencia del producto, producción, manufactura, regímenes opresivos, derechos humanos, relaciones laborales, el desarrollo armamentístico de los países, uso experimental con animales y donaciones políticas
	Mohr, Webb, & Harris, 2001; Gurviez, Kreziak, & Sirieix, 2003; Ozcaglar-Toulouse, 2005; Webb, Mohr, & Harris, 2008)	El consumidor no solo tiene en cuenta aspectos medioambientales y éticos. Del acto de la compra se derivan actos aspectos específicos como la responsabilidad social empresarial además de su relación con el contexto socioeconómico y cultural
Cadena de suministro verde	Chien & Shih, 2007	Presión abrumadora por parte de la ciudadanía hacia empresas con el fin de proteger el medio ambiente
	Hart, 1995; Henriques & Sadosky, 1999	Las organizaciones tienen responsabilidades con el medioambiente
	Van Hoek & Erasmus; Rao & Holt, 2005; Carvalho, Azevedo, & Cruz-Machado, 2010	Promociona eficiencia, conexión entre socios, reducción de desperdicios, mejora del desempeño ambiental, ahorra costos alcanzando los objetivos, reduce riesgos e impactos ambientales, mejora la eficiencia ecológica en organizaciones y socios
	Sarkis, Zhu, & Lai, 2011	Genera una ventaja competitiva para la empresa
	Sheu, Chou, & Hu, 2005	Los problemas ambientales deben ser abordados de manera conjunta a los desarrollos ambientales
	Chiu, et al., 1999	Las Pequeñas y medianas empresas no cumplen las regulaciones ambientales de ahí que su implicación sea vital para el desarrollo de una cadena de suministro verde
	Lee, 2008	Los gobiernos juegan un papel vital a la hora de concienciar y conocer sobre mejoras ambientales
	Walker, Di Sisto, & McBain, 2008	Se deben adecuar las barreras externas existentes como regulaciones, falta de compromiso de proveedores y elementos específicos impuestos por la industria

Fuente: elaboración propia (2018)

METODOLOGÍA

El estudio y análisis del sector textil ha sido analizado desde tiempos pretéritos. La investigación que dio como resultado el presente artículo, plantea una metodología transversal asentada en un análisis Delphi con expertos que confieren al análisis mayor robustez, heterogeneidad (Linstone & Turoff, 1975) y fiabilidad (Mengual, 2011) minimizando así errores sobre los resultados de las hipótesis planteadas debido a su experiencia. Para ello se analizan los factores que promocionan el sector textil transnacional a partir de una producción más ética y sostenible (Mathiyazhagan, Govindan, NoorulHaq, & Geng, 2013; Chizaryfard, Samie, & Pal, 2018).

El método Delphi

El método Delphi tiene la capacidad de analizar situaciones del pasado, presente y futuro con ayuda de una comunicación grupal (Ruiz Olabuénaga & Ispizua, 1989). La participación de un conjunto de expertos, así como de sujetos activos en la vida institucional es esencial para explorar las características prospectivas que ofrece de manera intrínseca el propio método para así analizar los factores que promocionan la producción textil. Mediante la herramienta DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) se estructura los resultados por áreas temáticas como aspectos políticos y legales, económicos, sociales y tecnológicos atendiendo a sus fortalezas (Rangkuti, 2006).

El procedimiento se basa en la identificación y contacto con las empresas y expertos (señalados al inicio del documento cómo participantes) así como en la elaboración de preguntas utilizando preguntas multidisciplinares relacionadas con el objeto de estudio, además de contar con un análisis previo sobre la bibliografía existente.

Proceso seguido

Una vez identificada la propuesta de análisis como fue el universo de factores que fortalecen la producción textil, y relación con su RSE, se pasa a la fase de selección y reclutamiento de expertos para finalizar con la construcción de las preguntas como herramienta de análisis. La elaboración del cuestionario fue determinante, atendiendo a la capilaridad objeto de estudio, revisión bibliográfica, actualidad, así como transversalidad del tema tratado (Boni & Quaresma, 2005).

Una vez realizado y probada su pertinencia mediante seis profesores investigadores y dos pruebas piloto de entrevistas, previa aceptación, se enviaron los cuestionarios a los participantes. Existe la capacidad de enviar otra ronda de cuestionarios, realización de entrevistas o envío de información adicional si fuera necesario cuando el grado de consenso no sea amplio o cuando se observe que éste no podrá ser mayor como así indica Fernández-Ballesteros (1995), por tanto, no existe un número de consultas fijo o preconcebido con la finalidad de conocer las fortalezas del sector textil internacional para sí obtener información lo más fidedigna posible.

Modelo de cuestionario

El cuestionario, como herramienta esencial del proceso, tiene el propósito de recoger información con el objetivo de obtener consenso entre los participantes del panel. En el proyecto, participan expertos e investigadores en derechos fundamentales, gestores de producción, profesionales logísticos, economistas, legisladores, empresas transnacionales, juristas, ONG's, laboratorios, divulgadores científicos, etcétera. El cuestionario contiene 15 preguntas abiertas atendiendo a la temática objeto de estudio (se adjunta como anexo 1) considerándose esta metodología como.

Fuente: elaboración propia (2018)

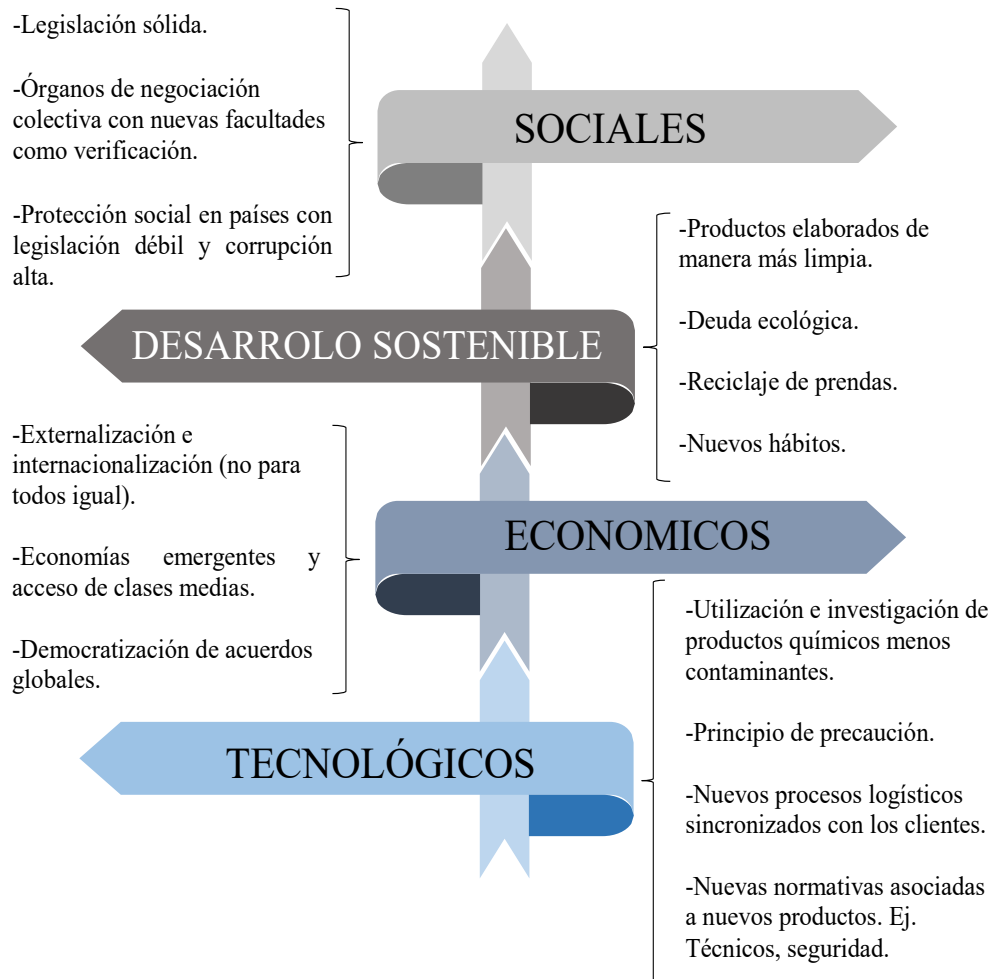


Figura I. Elementos que inciden y promocionan los procesos de producción textil de carácter transnacional

Proceso de recolección

Finalizadas las rondas de envío y recogida de los cuestionarios realizadas entre el 01/05/2015 y el 30/07/2015, de 55 cuestionarios recibidos se pasó a recibir en la segunda solo 12, dónde se observó que los cuestionarios contenían prácticamente la posición inicial e incluso alguno no respondió, ya que se explicó en el procedimiento, que, en caso de no hacerlo en rondas sucesivas, se mantendrían

las valoraciones iniciales. A partir de ahí se pasó a analizar cuantitativamente los datos recibidos, así como las observaciones y propuestas por parte de los participantes. De las proposiciones planteadas y analizadas, se muestran aquellas en las que ha existido consenso entre los participantes, finalidad del método Delphi (Landeta, 2002, 2006), además de incluir citas y recomendaciones relevantes recibidas por parte de los expertos.

RESULTADOS OBTENIDOS

Una vez finalizada la etapa de envío y recogida de datos mediante los cuestionarios de ambas rondas, se pasaron a analizar cualitativamente obteniendo los siguientes resultados según su temática. En las siguientes figuras 2 y 3, se muestra un resumen de resultados obtenidos. Para ello se han ordenado los factores que inciden y promocionan los procesos de producción textil en cuatro temáticas como son factores políticos y legales, de naturaleza económica, aspectos sociales y tecnológicos.

El crecimiento de la industria textil a nivel global es tremendamente robusto, aunque existen lagunas que pueden comprometer su desempeño. Es un sistema multi-actor en continua transformación regulado y condicionado por diferentes ETN, canales y organizaciones de todo tipo que se imbrican entre sí distribuidos de manera descentralizada. De ahí que en relación con el lugar en donde las ETN desarrollen su producción puedan generar diferentes oportunidades.

Para ello, de manera inexorable, cabe la necesidad de conocer y desarrollar las fortalezas de todos los actores en cada una de sus dimensiones (social, ambiental, económica, etcétera.). En cuanto a los factores políticos y legales, deben ser explorados sin rubor. Es esencial crear certidumbre en el sector textil involucrando a todos los elementos relacionados de manera directa e indirecta con la producción textil.

El trabajo aquí presentado desarrolla la estrecha relación existente entre los diferentes actores involucrados del sector textil transnacional (legislaciones, organizaciones no gubernamentales, órganos supranacionales, administraciones públicas,

órdenes religiosas, consumidores y medio ambiente). Es necesario compartir información y recursos utilizando canales alternativos hacia un objetivo común que implique la obtención de beneficios mutuos (Heikkilä, y otros, 2014).

Diferentes autores presentes en este estudio señalan la complejidad existente en el sector textil transnacional, así como la tremenda disparidad de intereses existentes. Cada organización gestiona e implementa su propio modelo de negocio, aspecto que no debe pasar por alto el fortalecimiento de relaciones entre los actores involucrados, incluso de los alejados geográfica e ideológicamente (Boulton, Libert, & Samek, 2000). Procesos como la falta de comunicación, egos y beneficios particulares cortoplacistas deben ser depurados (Chizaryfard, Samie, & Pal, 2018).

A nivel económico, los procesos de mundialización y desregulación deben ir acompañados de una mayor oferta de prendas textil ecológicas. Para ello es necesario articular procesos de compras públicas, presión fiscal (variable) y beneficios sociales hacia ETN con compromisos sociales, éticos y medioambientales. De ahí que el consumo, y por tanto las empresas y órganos reguladores (vértice de las relaciones humanas) asuma una responsabilidad creciente traducida en compromiso social ante las necesidades de la ciudadanía. Los clientes mediante sus actos de compra y protesta junto a una decidida apuesta por investigaciones científicas alejadas de intereses particulares, en muchos casos al servicio de ETN (Johns & Oppenheimer, 2018), eempujan a una recodificación en los idearios de las ETN textiles.

Fuente: elaboración propia (2018).

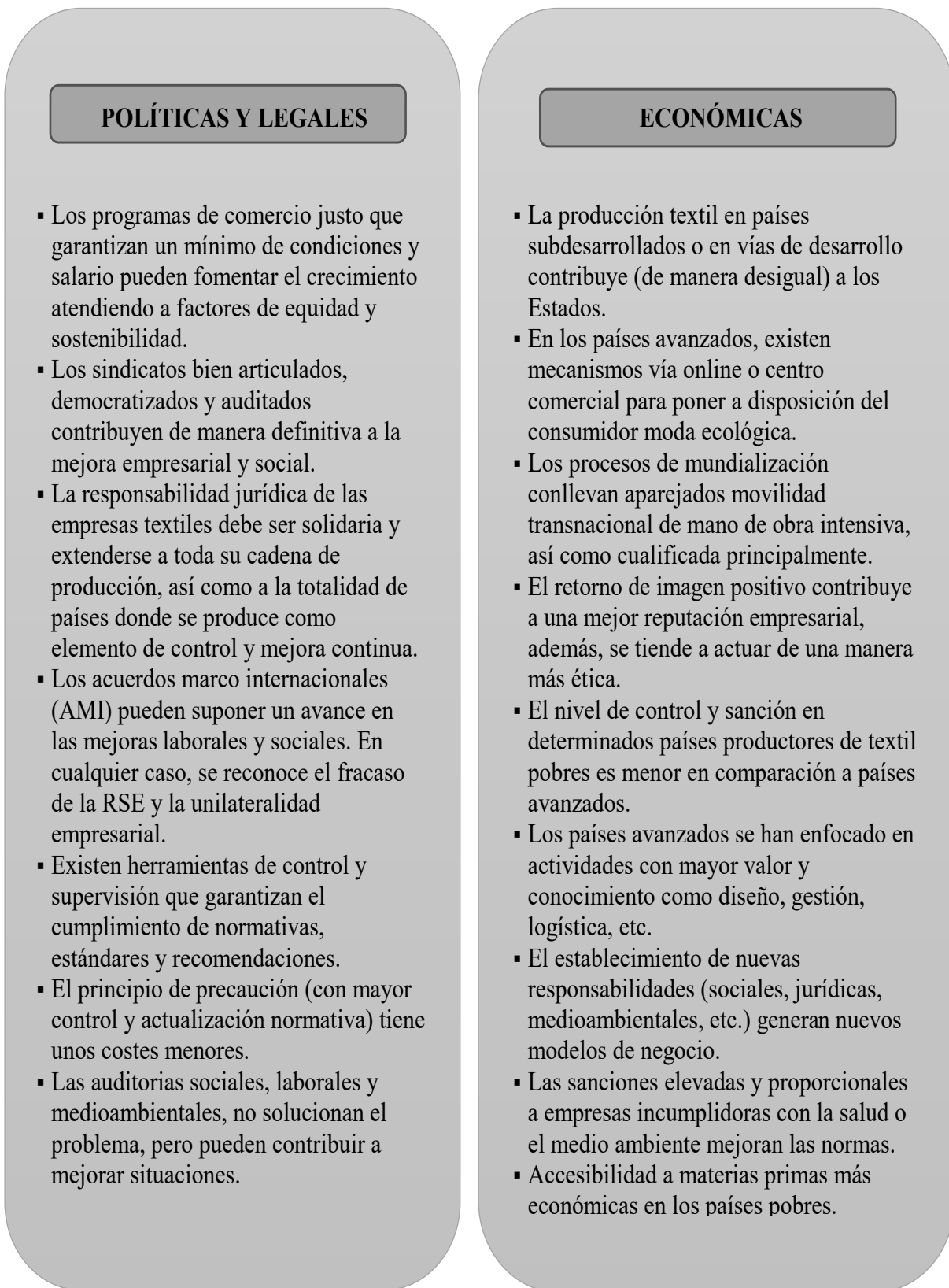


Figura 2. Factores políticos, legales y económicos que inciden y promocionan los procesos de producción textil

Fuente: Elaboración propia (2018).

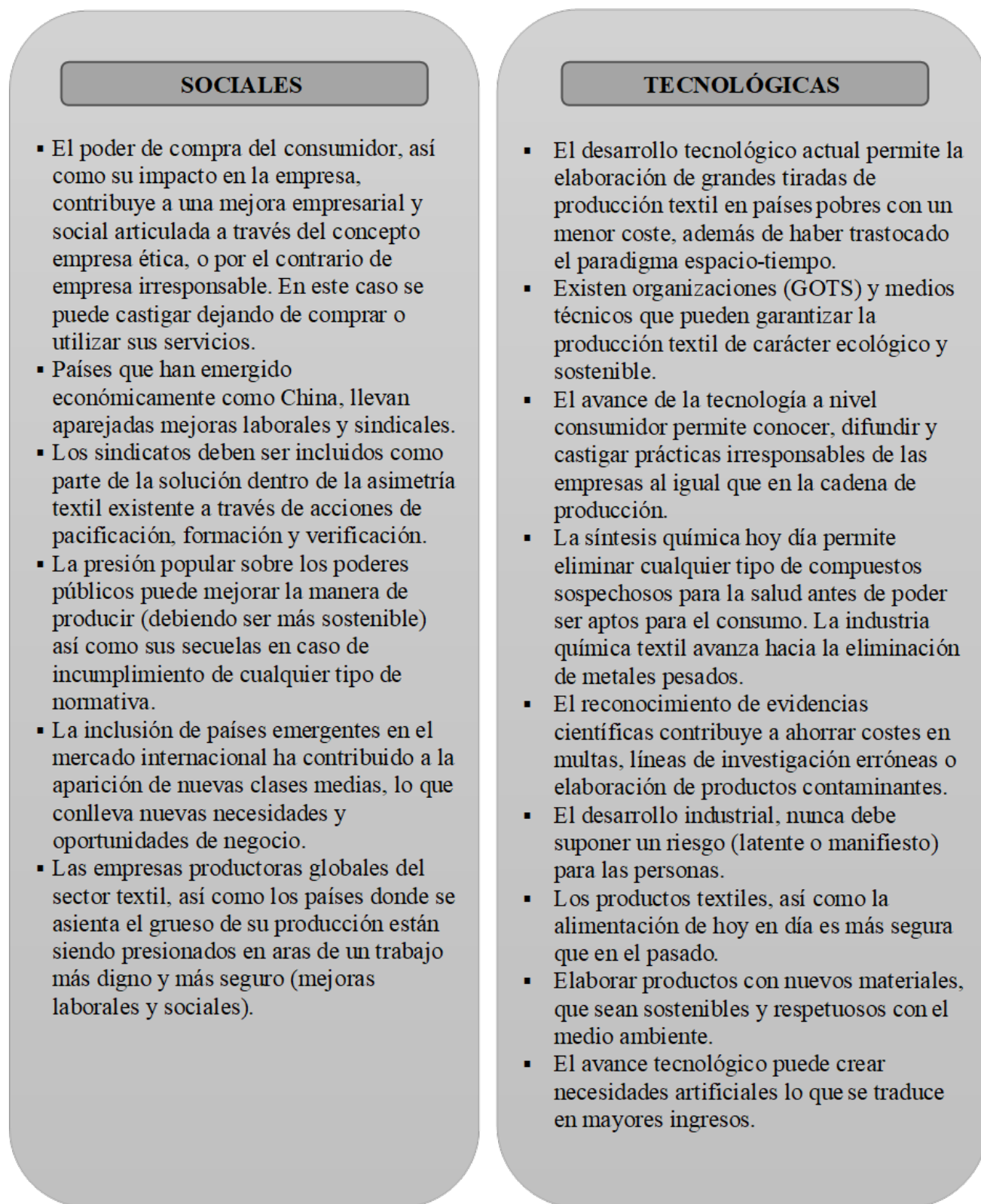


Figura 3. Factores sociales y tecnológicos que inciden y promocionan los procesos de producción textil

CONCLUSIONES

El universo textil ha evolucionado sobre manera y con ello su plétora de necesidades, fantasías y egos. No deja de ser el espejo de una realidad profunda en la que mediante composiciones cuasi volátiles se genera grandes posibilidades. La ilimitada producción textil, así como del resto de industrias (no solo transnacionales), deben mirar por el espejo retrovisor las condiciones y efectos derivados de la fabricación de sus productos.

Los ciudadanos son cada vez más conscientes de la limitación existente en los recursos naturales, del nivel de gasto y sus implicaciones en la —volátil— economía, así como de sus condiciones personales y culturales. La compra es un contrato social debido a las conexiones existentes entre un Estado y las ETN, y a ninguna persona le gusta ser traicionada bien por acción, bien por omisión. Estos contratos deben proteger a todas las partes y no solo a la industria. De ahí que las empresas hoy más que nunca deban de ser cada vez más cuidadosas sobre las ilimitaciones que exploran sus directivos y accionistas en la toma de decisiones. Circunstancia que debe ser extraordinariamente nítida y transparente asentándose en principios éticos, morales y legales.

El sector textil debe corregir determinadas conductas irresponsables como la unilateralidad empresarial asentada en el mantra de procesos de RSE, reactualizándose en favor de relaciones colegiadas y arbitradas. Si las empresas y la economía son globales, sus métodos de organización y gestión deben serlo igualmente. De ahí subyace la necesidad de ser éticos y responsables, circunstancia que podrá ser reequilibrada únicamente mediante el fortalecimiento de autoridades de carácter global en aras de un crecimiento más sostenible y con menos subterfugios —en muchos casos explorados— por parte de ETN y gobiernos. La unilateralidad empresarial en un campo con tantos actores y riesgos hoy día no es más que un espejismo,

de ahí que sea necesario crear valor y justicia para todas las partes en aras de un mayor y mejor sector.

Las ET textiles tienen hoy en su mano la capacidad de aceptar un nuevo acuerdo social basado en equilibrio, compromiso con el entorno y sostenibilidad. Un modelo de vida que no esté únicamente asentado en el beneficio a corto plazo o que comprometa generaciones futuras, sino que mire más allá, en el balance natural del sistema. Esta circunstancia debe ir de la mano de las ET (en ocasiones mayores que muchos Estados) pero no solo de ellas (como pasa hoy en día), sino con la implicación de toda la sociedad civil, pivotando sobre legislaciones sólidas con el fin de generar un nuevo paradigma económico, así como una mayor credibilidad y fuente de riqueza empresarial.

Así, es posible aproximarse a un sector textil más responsable y seguro. Para ello es necesario utilizar productos y procedimientos más limpios mediante tintes naturales ya existentes, desarrollando productos ecológicos, ropa inteligente, textiles conectados conocidos como wearables, etcétera. Se abre con ello las puertas de la mejora continua. Los nuevos desarrollos textiles son una realidad, ya están aquí y han llegado para quedarse. Interconexión total a la hora de contar pasos andados con una prenda, frecuencia cardiaca, calorías consumidas, todo tipo de pulsiones, predictores de enfermedades, recuerdo de datos. Todo ello unido a ropa de bajo coste elaborada a medida, posibilidad de crear tejidos 100 % reciclados e inclusive generar la posibilidad de ser elaborados en el trastero de cualquier vivienda. Técnicamente ya es posible, aunque a un coste más elevado y con limitación de tejidos y colores.

Las condiciones de trabajo en el sector textil, no deben ser nunca un obstáculo, lo mismo que un entrenador de baloncesto jamás privaría a sus jugadores de medios básicos para desarrollar su actividad como

ir al servicio o recuperarse plenamente en caso de lesión ya que el resultado final depende del estado del conjunto. Es necesario establecer igualmente un justiprecio a la hora de abonar el costo de las materias primas de los agricultores, jornales y tierras. Establecer responsabilidad solidaria a toda la cadena de valor reequilibraría las asimetrías existentes con el fin de que determinados territorios puedan acceder igualmente a los mercados como clientes.

La trazabilidad de todos los productos textiles fabricados, incluyendo el 100 % de los componentes utilizados y el conocimiento íntegro de su cadena de proveedores técnicamente ya es posible. Por tanto, es razonable asumir que la población tiene capacidad suficiente para auditar desarrollos industriales vía directa, indirecta o inadvertida de agentes contaminantes (Sehulster, 2015) mediante el establecimiento de sólidas instituciones.

Otro factor de acompañamiento positivo consiste en cultivar, publicar y promover a las ETN y gobiernos (locales, provinciales, estatales) más responsables con el medioambiente, los derechos fundamentales así como los laborales para no convertir el uso de los derechos humanos en un mecanismo de competitividad y ahora sí, promover a ETN y gobiernos para que vayan más allá de la legislación existente generando certidumbre a partir de procedimientos de compras públicas, estableciendo incentivos directos mediante el cumplimiento de las normas. No es recomendable acceder a mercados con altos índices de corrupción o que se encuentren internacionalmente señalados como focos empresariales con débiles condiciones laborales y sociales.

En relación con las auditorías externas dentro del sector textil sistematizadas desde los cuarteles generales de las ETN con la finalidad de ponerlas en marcha en sus talleres de producción (propios o ajenos), hoy día, han quedado retratadas debido a su falta de previsión. En muchos casos tienen interés con ETN además de ostentar una dependencia económica vital. Aun con todos estos condicionantes negativos, es necesario aplicar estrategias pedagógicas adecuadas antes de enarbolar campañas de boicot —pese a ser en muchos casos efectivas y necesarias— teniendo que ponderarse y contextualizarse de manera adecuada. Dejar de producir de manera irracional en un país que vive fundamentalmente del sector textil no puede generar otra cosa más que dolor y miseria. Circunstancia diferente es aprovecharse de esa flagrante situación de necesidad apoyándose en procesos de corrupción para no mejorar las condiciones de producción (o aprovecharse de ellas utilizando productos químicos y subterfugios legales que en el mal llamado primer mundo están prohibidos y en muchos casos son deleznable).

Todas estas cuestiones deben de ser valoradas en su justa medida en aras de construir un mercado textil internacional sólido —no solo a través de las cuentas de resultados— o sus volátiles campañas de impacto y RSE, sino aprovechando el crisol de factores que empujan hoy más que nunca hacia una producción y gestión más ética y sostenible. Para las ET textiles trabajar de manera óptima no debe ser el fin, sino el medio. Cumpliendo los preceptos anteriormente señalados, las empresas serán recompensadas con lo que más les gusta, un nuevo cliente, una nueva compra.

REFERENCIAS

- Acosta, A. (2016) El extractivismo como categoría de saqueo y devastación. *Fiar*, 9(2), 25-33.
- Anderson, B.; Horvath, B. & Lagüela, E. (2017) El ascenso de la máquina de armas propagandísticas de inteligencia artificial. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 138, 33-47.
- Arahuetes, A. & Steinberg, F. (15 de 03 de 2013). *La internacionalización como palanca para salir de la crisis*. En: www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/

[elcano/elcano_es/zonas_es/economia+internacional/dt5-2013-arahuetes-steinberg-internacionalizacion-espana-internationalisation-spain-crisis](#)

- Barney, J. (1991) Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17, 99-120.
- Barrar, P. & Gervais, R. (2006) *Estrategias globales de Outsourcing*. Madrid, AENOR.
- Barthelemy, J. (2003). The seven deadly sins of outsourcing. *Academy of Management Executive*, 17(2), 87-99.
- Boulton, R.; Libert, B. & Samek, S. (2000) *Cracking the Value Code: How successful businesses are creating wealth in the New Economy*. New York, HarperBusiness.
- Browne, M. (2015) Sources and Pathways of Microplastics to Habitats. *Marine Anthropogenic Litter*, 229-244.
- Bruce, M. & Daly, L. (2011) Adding value: challenges for UK apparel supply chain management a review. *Production Planning & Control: The Management of Operations*, 22(3), 210-20.
- Buxmann, P. (1999) *Evaluating the Use of Information Technology in Interorganizational relationships*. Hawaii Conference on Systems Sciences. Maus.
- Carvalho, H.; Azevedo, S. & Cruz-Machado, V. (2010) Supply chain performance management: lean and green paradigms. *International Journal of Business Performance and Supply Chain Modelling*, 2(3-4), 304-333.
- Castells, M. (2005). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chen, H. & Burns, L. (2006) Environmental analysis of textile products. *Clothing and Textiles Research Journal*. 24(3), 248-261.
- Chien, M. & Shih, L. (2007) An empirical study of the implementation of green supply chain management practices in the electrical and electronic industry and their relation to organizational performances. *International Journal of Environmental Science and Technology: (IJEST)*, 4(3), 383.
- Chiu, S.; Huang, J.; Lin, C.; Tang, Y. H.; Chen, W. H. & Su, S. C. (1999) Applications of a corporate synergy system to promote cleaner production in small and medium enterprises. *Journal of Cleaner Production* 7(4), 351-359.
- Chizaryfard, A.; Samie, Y. & Pal, R. (2018) New Textile Waste Management Through Collaborative Business Models for Sustainable Innovation. In: Muthu S. (eds) *Detox Fashion. Textile Science and Clothing Technology*. Springer, Singapore., 81-111.
- Crane, A. (2005) Meeting the ethical gaze: Challenges for orienting to the ethical market. In: Harrison, Rob; Newholm, Terry & Shaw, Deirdre (Edits.) *The ethical consumer*. London, SAGE.
- Dekker, R.; Fleischmann, M.; Inderfurth, K. & van Wassenhove, L. (2013) *Reverse logistics: quantitative models for closed-loop supply chains*. Berlín, Springer Science & Business Media.
- Ferdows, K. & de Meyer, A. (1990) Lasting improvements in manufacturing performance: in search of the theory. *Journal of operations Management*, 9(2), 168-184. En: https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/3834
- Fernie, J. & Sparks, L. (2014) *Logistics and retail management: emerging issues and new challenges in the retail supply chain*. London, Kogan page publishers.
- Gallezot, P. (2012) Conversion of biomass to selected chemical products. *Chemical Society Reviews*. 41(4), 1538-1558.
- García-Álvarez, M. (2015) Analysis of the effects of ICTs in knowledge management and innovation: The case of Zara Group. *Computers in Human Behavior*, 51, 994-1002.
- Gil, I.; Mollá, A. & Ruiz, M. (2008) Automatización del almacén y surtido en la distribución de productos de uso duradero. *Universia Business Review*, 19(3), 118-133.

- Grandjean, P. & Landrigan, P. (2014) Neuro-developmental toxicity: still more questions than answers. *The Lancet Neurology*, 13(7), 648-649. DOI: 10.1016/S1474-4422(14)70121-8
- Gurviez, P.; Kreziak, D. & Sirieix, L. (2003) La matrice des vertus: Une nouvelle approche méthodologique des préoccupations liées à l'éthique. *Les Actes du 19ème Congrès de l'AFM*, 19, 485-494.
- Hart, S. (1995) A natural-resource based view of the firm. *Academy of Management Review* 20 (4), 986-1014.
- Heikkilä, M.; Solaimani, S.; Soudunsaari, A.; Hakanen, M.; Kuivaniemi, L. & Suoranta, M. (2014) Performance estimation of networked business models: case study on a finnish ehealth service project. *J Bus Models* 2(1), 71-88.
- Hendarwan, E. (2002) Seeing green. *Global Cosmetic Industry*, 170(5), 16-18.
- Henriques, I. & Sadosky, P. (1999) The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance. *Academy of Management Journal* 42 (1), 87-99.
- Iñigo, Mariano (Coord) (2017) *El sector textil y el gasto en prendas de vestir en 2017*. Madrid: EAE Business School. En: http://marketing.eae.es/prensa/SRC_SectorTextil_Nov17.pdf?_ga=2.191768106.1080651444.1521736590-1807873931.1521736590
- Irwin, D. (2015) *Free trade under fire*. Princenton, Princeton University Press.
- Johns, D. & Oppenheimer, G. (2018) Was there ever really a sugar conspiracy? *Science*, 359(6377), 747-750.
- Kant, R. (2012) Textile dyeing industry an environmental hazard. *Natural Science*. 4(1), 22-26.
- Kharas, H. (2010) *The emerging middle class in developing countries*. OECD library. En: www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5kmmp8lncrns-en.pdf?expires=1516126254&id=id&accname=guest&checksum=2619C65C325EAAEF94820A84E6156AE8
- Kumar, S. & Arbi, A. (2008) Outsourcing strategies for apparel manufacture: a case study. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 19(1), 73-91.
- Landeta, J. (2006) Current validity of the Delphi method in social sciences. *Technological Forecasting & Social Change*. 73, 467-482.
- Lee, S. (2008) Drivers for the participation of small and medium-sized suppliers in green supply chain initiatives. *Supply Chain Management: An International Journal*, 13(3), 185-198.
- Lim, M.; Tseng, M.; Tan, K. & Bui, T. (2017) Knowledge management in sustainable supply chain management: Improving performance through an interpretive structural modelling approach. *Journal of cleaner production*, 162, 806-816.
- Linstone, H. & Turoff, M. (1975) The Delphi method: Techniques and applications. *Journal of Marketing Research* 18(3). DOI: 10.2307/3150755
- Lipovetsky, G. (1987) *El imperio de lo efimero*. Paris: Anagrama.
- Luque, A. (2017) Promoción del hiperconsumo textil transnacional: la moda y el exceso como leitmotiv. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 134, 83-104.
- Luque, A.; Hernández-Zubizarreta, J. & de Pablos, C. (2016) Fortalezas dentro de los procesos de mundialización textil y relación con la RSE a través de un análisis Delphi: ética o estética. *Revista Galega de Economía* 25(1), 5-22.
- MacCarthy, B. & Jayarathne, P. (2012) Sustainable collaborative supply networks in the international clothing industry: a comparative analysis of two retailers. *Production Planning & Control*, 23(4), 252-68.
- Martínez Barreiro, A. (2008) *La moda rápida: ultima transformación del sistema de la moda*. Universidad Nova de Lisboa. En: www.semanticscholar.org/paper/La-moda-r%C3%A1pida%3A-ultima-transformaci%C3%B3n-del-sistema-Barreiro/5d2e5e1398c9d724e96c0834c3a7794c2712beb8

- Mathiyazhagan, K.; Govindan, K.; NoorulHaq, A. & Geng, Y. (2013) An ISM approach for the barrier analysis in implementing green supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 47, 283-297.
- Mengual, S. (2011) *La importancia percibida por el profesorado y el alumnado sobre la inclusión de la competencia digital en educación Superior*. Alicante, Departamento de Didáctica General y Didácticas específicas de la Facultad de Alicante. Tesis doctoral. En: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=59631>
- Mohr, L.; Webb, D. & Harris, K. (2001) Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45-72.
- Moore, S.; & Ausley, L. (2004). Systems thinking and green chemistry in the textile industry: concepts, technologies and benefits. *Journal of Cleaner Production*, 12(6), 585-601.
- Morozov, E. (2015) *La locura del solucionismo tecnológico*. Buenos Aires, Katz.
- Naturvårdsverket. (2013) *Förslag till etappmål Textil och textilavfall*. Stockholm: Naturvårdsverket. En: www.naturvardsverket.se/upload/miljoarbete-i-samhallet/miljoarbete-i-sverige/regeringsuppdrag/2013/etappmal2013forslag/etappmal2013forslag-textilavfall.pdf
- Newholm, T. & Shaw, D. (2007) Studying the ethical consumer: A review of research. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(5), 253-270.
- Nimon, W. & Beghin, J. (2017) Ecolabels and international trade in the textile and apparel market. *Nontariff Measures and International Trade*, 321-326.
- Observatorio industrial del sector textil-confección. (2006) *La logística como factor de competitividad en el sector textil*. Madrid, Fedit. En: www.agrupaciontextil.org/?q=filemanager/active&fid=366
- Ocampo, S.; Perdomo-Ortiz, J. & Castaño, L. (2014) El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de la literatura. *Estudios Gerenciales*, 30(132), 287-300.
- Oliveira, G.; Zanoni, M.; Palma, D.; Cardoso, J.; Ferraz, E. & Chequer, F. (2013) Textile dyes: dyeing process and environmental impact. *Eco-friendly textile dyeing and finishing*. InTech. Obtenido de www.intechopen.com/books/eco-friendly-textile-dyeing-and-finishing/textile-dyes-dyeing-process-and-environmental-impact
- Organización Internacional del Trabajo. (2016) *Textiles; vestido; cuero; calzado*. En: www.ilo.org/global/industries-and-sectors/textiles-clothing-leather-footwear/lang-es/index.htm
- Organización Internacional del Trabajo (2017). *Promoting sustainable global supply chains: international standards, due diligence and grievance*. Hamburgo: Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) with contributions from ILO, IMF and World Bank Group. En www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-berlin/documents/genericdocument/wcms_556985.pdf
- Organización Mundial del Comercio (2016). *Informe sobre el comercio mundial 2016*. Ginebra, OMC.
- Organización Mundial del Comercio (2017). *Examen estadístico del comercio mundial 2017*. En www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2017_s/wts2017_s.pdf
- Ozcaglar-Toulouse, N. (2005). *Apport du concept d'identité à la compréhension du comportement du consommateur responsable: une application à la consommation des produits issus du commerce équitable (Doctoral dissertation, Université du Droit et de la Santé-Lille II*. En: <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00300664>
- Palm, D. (2011) *Improved waste management of textile management of textiles*. Göteborg: (IVL:B1976). IVL.
- Passet, R. (2013) *Las grandes representaciones del mundo y la economía a lo largo de la historia: del universo mágico al torbellino creador*. Barcelona, Clave intelectual.
- Rangkuti, F. (2006) *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.

- Rao, P. & Holt, D. (2005) Do green supply chains lead to competitiveness and economic performance? *International journal of operations & production management*, 25(9), 898-916.
- Rocheftort, R. (1995) *La Société des Consommateurs*. Paris: Odile Jacob.
- Ruiz Olabuénaga, J. I. & Ispizua, M. A. (1989) *La descodificación de la vida cotidiana*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Sarkis, J.; Zhu, Q. & Lai, K. (2011) An organizational theoretic review of green supply chain management literature. *International Journal of Production Economics*, 130(1), 1-15.
- Sehulster, L. (2015) Healthcare laundry and textiles in the United States: review and commentary on contemporary infection prevention issues. *Infection control & hospital epidemiology*, 36(9), 1073-1088.
- Sharma, M. & Bhagwat, R. (2007) An integrated BSC-AHP approach for supply chain management evaluation. *Measuring Business Excellence*. Nº11(3) , 57-68.
- Sharpe, S. A. (1997) The Effect of Consumer Switching Costs on Prices: A Theory and its Application to the Bank Deposit Market. *Review of Industrial Organization*, 12(1), 79-94. En: www.jstor.org/stable/41798685?seq=1#page_scan_tab_contents
- Sheu, J.; Chou, Y. & Hu, C. (2005) An integrated logistics operational model for green-supply chain management. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 41(4), 287-313.
- Strong, C. (1996) Features contributing to the growth of ethical consumerism-a preliminary investigation. *Marketing Intelligence & Planning*, 14(5), 5-13.
- Van Hoek, R., & Erasmus. (s.f) From reversed logistics to green supply chains. *Logistics Solutionms*, 2, 28-33.
- Walker, H.; Di Sisto, L. & McBain, D. (2008) Drivers and barriers to environmental supply chain management practices: Lessons from the public and private sectors. *Journal of purchasing and supply management*, 14(1), 69-85.
- Webb, D.; Mohr, L. & Harris, K. (2008). A re-examination of socially responsible consumption and its measurement. *Journal of Business Research*, 61(2), 91-98.

OTRAS REFERENCIAS

- Boix, I. (15/10 de 2016) *Trabajo digno y sindicalismo en la globalización productiva*. En: <http://iboix.blogspot.com/2016/10/trabajo-digno-y-sindicalismo-en-la.html>
- Boni, V. & Quaresma, S. (2005) Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. Em *Tese*, 2(1), 68-80.
- Farias, G. (2016) *Gabrielfariasiribarren*. En: <http://gabrielfariasiribarren.com/aprovisionar-con-valor-y-responsabilidad/>
- Fernández-Ballesteros, R. (1995) *Evaluación de programas: una guía práctica en ámbitos sociales, educativos y de salud*. Madrid: Síntesis.
- Junta Central de Control de la Contaminación de la India (2017). *A Report on Assessment of Pollution of Drains Carrying Sewage /Industrial Effluent Joining River Ganga and its Tributaries (Kali-East/Ramganga) between Haridwar (Down) to Kanpur (Down)*. Delhi: NGRBA Cell, CPCB.
- Landeta, J. (2002) *El método Delphi. Una técnica de previsión del futuro*. Barcelona: Ariel.
- Quintanilla, E. (24/12 de 2015). *El modelo de sociedad nos hace ser consumidores compulsivos porque es lo que conviene*. (T. Pinto, Entrevistador) Eldiario. En: https://www.eldiario.es/sociedad/consumo_compulsivo-Navidades-psicologia_del_consumidor_0_463703807.html
- Ryder, G. (27/02 de 2015). *Socialeurope*. En: www.socialeurope.eu/2015/02/labor-in-the-age-of-robots/

Unilever. (10/10 de 2016). *Elconfidencial.com*. En: http://brands.elconfidencial.com/empresas/2016-10-09/sostenibilidad-rsc-unilever_1271213/

NOTAS FINALES DEL ARTÍCULO

- ⁱ Artículo de investigación desarrollado en Universidad Tecnológica Indoamericana, Ambato, Ecuador, <http://www.uti.edu.ec/>. Fecha de recepción 23/03/2018. Fecha de aceptación 17/10/2018
- ⁱⁱ Phd en Ciencias Jurídicas, profesor titular del área de Administración y Organización de Empresas en Universidad Tecnológica Indoamericana. Correo: arturoluque@uti.edu.ec
- ⁱⁱⁱ Doctor en economía agroalimentaria y del medio ambiente, docente en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Central del Ecuador. Email: gfgallardo@uce.edu.ec

ANEXO

Preguntas realizadas a los expertos

1. ¿Qué condicionantes posibilitan la fabricación de -ropa y derivados textiles- en países en vías de desarrollo, subdesarrollados, etcétera, en condiciones diferentes a los de países avanzados? ¿Las auditorías -textiles- tal y como están planteadas actualmente, no logran erradicar muchos de los abusos laborales, sociales o medioambientales, ¿es el código de conducta o la RSC la solución?
2. ¿Cree que sería necesario (y posible) articular algún mecanismo social-laboral de carácter vinculante (no RSC voluntaria) para que las grandes empresas multinacionales -textiles- protejan mínimamente situaciones extremas como accidentes de trabajo que desencadenan en fallecimientos, y por tanto una cobertura real de seguridad social acorde con las limitaciones de cada país y los recursos de la empresa?
3. ¿Es necesario el establecimiento de un organismo internacional que vele por el cumplimiento de los derechos fundamentales (incluyendo el medio ambiente) a nivel global, véase Tribunal Penal Internacional de Empresas Transnacionales?
4. Los sindicatos en la actualidad disponen de legislaciones nacionales (débiles en muchos casos como Bangladesh, Vietnam, Camboya, China, India, etcétera.) e internacionalmente se utilizan las directrices de la OCDE, la declaración tripartita de la OIT, el Pacto Global de las Naciones Unidas y códigos de conducta internacionales (OIT, OCDE), siempre dentro de controles y resoluciones no vinculantes. Hacia dónde avanza el sindicalismo del siglo XXI, ¿es necesario, está deliberadamente sepultado, etcétera.?
5. En un futuro próximo, la fuerza del trabajo tal y como la conocemos actualmente, es posible que tenga un carácter cada vez más residual y con menos derechos ¿hacia dónde se dirigen los procesos de globalización laboral?
6. Determinados países productores -de ropa textil- (asiáticos, Brasil, Marruecos, Europa del este, África) tienen considerables índices de corrupción ¿es necesario llevar a cabo este tipo de comportamientos (en cualquiera de sus vertientes) para poder desarrollar actividades industriales competitivas y trabajar en igualdad?

7. Existen centenares de recomendaciones, miles de libros, papers y conferenciantes de exclusivas escuelas de negocios detallando las virtudes de la RSC, pero, aun así, no hay unanimidad al respecto en su definición y alcance. Uno de los mayores problemas detectados para el pleno desarrollo de estas políticas voluntarias, es la carencia de una legislación laboral y medioambiental básica y sólida en muchos aspectos (y países), que garanticen una seguridad jurídica mínima antes de poder avanzar hacia una mejora voluntaria como propone la RSC ¿cómo valora esta situación presente y futura?
8. Hoy en día, tenemos la generación de jóvenes y directivos más preparados de toda nuestra era moderna, pero en muchos casos ¿a qué cree que es debida la mala imagen de estos, así como de las corporaciones a las que representan?
9. La escalada de conflictos e intereses en relación con la apropiación y compra de recursos naturales en todo el planeta ¿cree que marcará el devenir del consumo, de la sociedad y de las organizaciones internacionales tal y como la conocemos actualmente?
10. Existen herramientas para medir el retorno social (retorno de imagen) sobre la inversión realizada, de hecho, un conocido miembro del Parlamento Inglés diputado del Partido Conservador Británico, Chris White, presentó una ley Public Services (Social Values) Act 2012, cuyo propósito es integrar estas mediciones en las licitaciones públicas para priorizar a las empresas con gran impacto social sobre las que no lo tengan ¿corremos el riesgo de preocuparnos más por la forma que por el fondo?
11. El valor de la marca (tangibles e intangibles) de las principales empresas -textiles y no textiles-, puede estar en peligro, ya que pese a cumplir la legalidad, en muchos casos están condenadas por la ciudadanía. Poco a poco, se está pasando de tener un consumo pasivo a entenderlo de una manera más activa, debido entre otras cosas a las malas prácticas empresariales y a la existencia de nuevos canales de información como las aplicaciones online (BuyCott, Demand GMO Labeling, Boycott Invaders, OpenLabel, GoodGuide, Check-in for Good y Mogl) que permiten saber si el dueño de una empresa financia a un determinado político o si marcas determinadas apoyan el matrimonio homosexual entre otras. Cómo valora Ud. ese nuevo paradigma ¿el empuje del consumidor puede hacer desaparecer una marca o afectar a una empresa transnacional?
12. ¿Los consumidores tienen derecho a saber el 100% de los componentes -de manera independiente y real -de las prendas textiles- a través de su etiquetado (y trazabilidad)? *laboratorios especializados no son capaces de conocerlos entregándoles una prenda de muestra debido al gran número de componentes y derivaciones que contienen las mismas, entre otras cosas debido a secretos empresariales.
13. Muchas de las enfermedades son causadas por el uso industrial de sustancias que o no son permitidas o aun siéndolo, la comunidad científica ha detectado que no deberían de serlo, en un futuro próximo, ve posible la imputación de esos costes sanitarios a las multinacionales textiles-químicas-alimentarias (ejemplo. disruptores endocrinos)?
14. Las empresas textiles o alimentarias (la mayoría de ellas) cada día están tomando más conciencia social-medioambiental-laboral, pero ¿cuánto cree Ud. que hay de ética, y cuanto de estética? Ya que los estudios

científicos señalan que cada vez la ropa y la alimentación que consumimos genera mayor riesgo para la salud y tanto ONG's como científicos no paran de poner en evidencia a la industria.

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto de investigación nunca podría haberse realizado sin la aportación de todos los expertos que han colaborado de manera altruista y desinteresada, aunque no por ello con menor dedicación a tenor de las casi 450 hojas de respuestas -cuantitativas y cualitativas- recibidas de los participantes objeto de discusión académica y análisis. Destacando a Fernando Oliván (director del observatorio Euromediterráneo, ex-miembro de la CPI y profesor de la URJC), Isidor Boix (secretario de Acción Sindical Internacional de FITEQA-CC.OO), Octavio Granado (experto en financiación pública y ex secretario de Estado de Seg. Social), Michael Addo (investigador en la universidad de Exeter, Devon, Reino Unido y miembro del Grupo de Trabajo sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones), Gabriel Flores Sánchez (investigador del Instituto Complutense de Estudios Internacionales), Aleida Hernández (investigadora de la Universidad Nacional Autónoma de México), Juan Andrés Cano (CEO de Value4Chain), María del Mar Maira Vidal (Investigadora en la Universidad de Valladolid), Rodrigo Martín (Investigador en la URJC, ex magistrado del TSJM y miembro del Consejo Académico de Gómez-Acebo & Pombo), Alejandro Goldberg (investigador en CONICET), Amaya Apesteguía (OCU), Ibon Maza (BabyAuto), Enrique Dussel (investigador de la Universidad Nacional Autónoma de México y coordinador de estudios en CEPAL y OIT), Jesús García Luengos (Coordinador del think tank RESET Research on Security and Transnational Governance), Jordi Bonet (Catedrático de la UB en derecho internacional público), José Manuel Pureza (investigador en la Universidad de Coímbra Y CES, arbitro CPA y de Naciones Unidas sobre el mar), Roberto Toscano (investigador de relaciones internacionales y RSE, además de ex embajador de Italia en India e Irán), Juan Manzanedo (Ceo de LOGISFASHION), Juan Pérez Ventura (Ceo de El Orden Mundial en el S. XXI), Paula Alves (empleada de Inditex desde hace 24 años y Secretaria del Sector Textil-Piel de FITAG-UGT), Santi Mallorquí (Ceo de ORGANIC COTTON COLOURS), Martim Gemzell (WARONTWANT), Gema Gómez (Ceo SLOW FASHION SPAIN), Carmen Gómez-Cotta (ETHIC), Enrique Palazuelos Manso (catedrático de economía aplicada en la Universidad Complutense de Madrid), Michael Tamvakis (investigador en Cass Business School), Eva García (ECOLOGY), Alejandro Dulitzky (investigador en Universidad Nacional de San Martín), Juan Torres (Catedrático de Economía Aplicada en la Universidad de Sevilla y miembro del comité científico de ATTAC), Amparo Merino Segovia (investigadora en Universidad de Castilla la Mancha), Gonzalo Berrón (FES Fundación Friedrich Ebert), Alejandro Teitelbaum (escritor, abogado y representante de la Federación Internacional de Derechos Humanos y de la Asociación Americana de Juristas ante NACIONES UNIDAS), Carmen Silla (JEANOLOGIA), Antonio Baylos (catedrático de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social en la Universidad de Castilla la Mancha), Álvaro Orsatti (CSA), Monika Kemperle (IndustriALL Global Union), Mariano Aguirre (director del Norwegian Peacebuilding Resource Centre NOREF en Oslo), Pablo José Martínez Osés (investigador y coordinador de la Campaña estatal Pobreza Cero y miembro de 2015ymas), Iñaki Barcena (catedrático de Ciencia Política en la Universidad del País Vasco), Virginia Rondeel (Moda Sostenible BCN), Marta Castells (CITYC), Enrique Guerrero Salom (profesor y eurodiputado), Javier Chércoles (investigador en la Universidad de Dhaka y director de riesgos en Associated British Foods plc), Esteban Kaipl (investigador en Universidad de Litoral), Iratxe Arteagoitia & Eva Kreisler (SETEM & CLEAN CLOTHES CAMPAIGN), José Miguel Mulet (Investigador del Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas

IBMCP de Valencia), Amanda Cattermole (CATTERMOLECONSULTING), Liliane Spendeler (AMIGOS DE LA TIERRA), Cheryl S. Watson (investigadora en University of Texas Medical Branch), Isabel Soriano (AITEX), Dolores Romano (investigadora independiente/Ecologistas en acción), Antonio Solé Cabanes (ASOLEGIN), Oscar Miralles (investigador independiente), Xavier Giménez Font (investigador de Química Ambiental en la Universidad de Barcelona), Raimon Guitart (investigador en toxicología en Universidad Autónoma de Barcelona), Ferran Ballester (coordinador del área de Ambient i Salut del Centro Superior de Investigación en Salud Pública CSISP), Stephane Horel (independiente) y Carlos de Prada (Fodesam).