

UNIVERSIDAD MIGUEL HERÁNDEZ DE ELCHE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS
DOBLE GRADO EN DERECHO Y ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS



Sostenibilidad, consumo y producción sostenibles en el
sector del calzado en la Comunitat Valenciana

TUTOR: RAMÓN MIRALLES SOLER

AUTOR: MANUEL ROIG MONFORT

CURSO ACADÉMICO 2023/2024

TRABAJO FIN DE GRADO

Índice

ABREVIATURAS

RESUMEN/ABSTRACT

1. INTRODUCCIÓN	5
a) Planteamiento y objetivos de la cuestión.	5
b) Metodología.	6
2. HISTORIA Y ACTUALIDAD DEL SECTOR DEL CALZADO EN LA COMUNITAT VALENCIANA	6
a) Historia y evolución económica y social del sector.	6
b) Actualidad del sector del calzado en la Comunitat Valenciana	9
3. CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES	13
a) Concepto y principios	13
b) Regulación en materia de consumo y producción sostenible.	17
c) Estrategias para su efectiva implementación empresarial.	24
4. LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE EN EL SECTOR DEL CALZADO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.	33
a) Análisis del sector del calzado en la Comunitat Valenciana.	33
b) El impacto de la sostenibilidad en el sector.	38
5. ESTUDIO REALIZADO	43
a) Metodología y Empresas Seleccionadas.	43
b) Resultados del estudio.	46
6. CONCLUSIONES	62
7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	63
8. ANEXOS	66

ABREVIATURAS

AEC→ Asociación Española de Componentes para el Calzado.

AVECAL→ Asociación Valenciana de Empresas del Calzado

CPS→ Consumo y Producción Sostenibles.

CV→ Comunitat Valenciana

DIRCE→ Directorio Central de Empresas.

INE→ Instituto Nacional de Estadística

INESCOP→ Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas.

IVACE→ Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial

IVE→ Instituto Valenciano de Estadística

ODS→ Objetivos de Desarrollo Sostenibles.

ONU→ Organización de las Naciones Unidas.

TIC→ Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

UE→ Unión Europea.

FICE→ Federación de Industrias del Calzado Español.

UMH→ Universidad Miguel Hernández

RESUMEN/ABSTRACT

El sector del calzado tiene una gran importancia y tradición en la Comunitat Valenciana, este sector ha ido evolucionando con el tiempo y adaptándose a las tendencias, para así afianzarse como la zona de mayor impacto para el calzado en España. Sin embargo, en los últimos años se observa un entorno global muy competitivo y cambiante al cual las empresas del sector deben enfrentarse. Ante este nuevo entorno surgen varios retos y oportunidades que las empresas deben gestionar, uno de los aspectos más relevantes en el entorno actual del sector del calzado es la sostenibilidad, es por ello por lo que en este Trabajo se estudiará el impacto en la industria del calzado.

El objetivo principal de este Trabajo es analizar el impacto real que genera la sostenibilidad en un sector tradicional como lo es el calzado, poniendo el foco en el consumo y producción sostenibles. Para llegar a este objetivo, analizaremos a las empresas del sector, cual ha sido su evolución histórica y su actualidad en materia de sostenibilidad. A continuación, describiremos los aspectos más importantes del consumo y producción sostenibles y una breve contextualización de la cuestión, para posteriormente centrarnos en la relevancia que tiene este aspecto en las empresas pertenecientes al sector del calzado en la Comunitat Valenciana. Para el análisis del impacto utilizaremos el método de la entrevista online a directivos y responsables de empresas del sector para conseguir información relevante sobre el objetivo principal del Trabajo.

Una vez que hemos analizado el sector, el concepto de consumo y producción sostenibles y ambas cuestiones juntas, podremos sacar las conclusiones sobre el impacto real de estas acciones que tanta relevancia han tenido en los últimos años. Destacaremos si su adaptabilidad al sector es la adecuada o si se deben hacer más esfuerzos para su efectiva implantación. También las principales razones y beneficios que pueden resultar de su correcta aplicación, así como propuestas para esa correcta aplicación. Por último, destacaremos los grandes retos y oportunidades que pueden aparecer de la mano de la producción sostenible de cara al futuro del sector y del panorama nacional.

Palabras clave: Sostenibilidad, ODS, Consumo y producción sostenibles, calzado.

1. INTRODUCCIÓN

a) Planteamiento y objetivos de la cuestión.

Este trabajo se plantea atendiendo al contexto actual de nuestra sociedad, cada vez es más exigente y cambiante para todas las empresas, esto se debe a la enorme globalización existente y al gran auge de las nuevas tecnologías, acrecentado por la pandemia mundial sucedida en el año 2020. Esta situación actual, hace que las empresas deban adaptarse a las nuevas tendencias del mercado de una manera rápida y flexible.

Es por ello por lo que toma especial relevancia la principal cuestión del Trabajo, la sostenibilidad y el consumo y producción sostenibles y su impacto en el sector del calzado en la Comunitat Valenciana. La producción sostenible forma parte de los ODS desarrollados por la ONU, concretamente se corresponde al Objetivo número 12.¹ Estar al día en un apartado tan importante de la sostenibilidad puede marcar una gran diferencia y puede suponer una ventaja competitiva para las empresas que sepan implementarlo de una forma eficiente.

Por tanto, ante la situación actual de la sociedad y el entorno del sector, surge la duda de cómo se han adaptado realmente las empresas del sector y como ha cambiado un sector tradicional como lo es el del calzado ante las llegadas de las nuevas tendencias y exigencias en materia de sostenibilidad. Por otro lado, la sostenibilidad y el consumo y producción sostenibles no solo son un reto para el sector del calzado, si no que pueden aportar numerosos beneficios a las empresas que deseen implementarlos de una manera efectiva.

En adición, para dar respuesta de una manera eficaz a el objetivo principal del TFG es necesario seguir un orden lógico que vaya respondiendo a las cuestiones secundarias que vayan surgiendo para conseguir responder a la principal cuestión. En este sentido, a lo largo del trabajo, nos marcaremos un camino con cuestiones o objetivos

¹ Disponible su información general, en español, en la página web de la ONU: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>, (última consulta: julio de 2024)

secundarios que nos darán la información necesaria para poder responder adecuadamente al objetivo principal. Estos objetivos secundarios empiezan desde el análisis histórico del sector, y pasando desde el estudio del concepto de sostenibilidad y consumo y producción sostenibles, definiendo los retos y oportunidades que las empresas del sector en la comunidad valenciana deben tener en cuenta y viendo el impacto real de estos aspectos, es como conseguiremos responder a la cuestión principal, sin un estudio crítico y amplio de estas cuestiones no conseguiremos una visión acertada de la cuestión.

b) Metodología.

Para la consecución de los objetivos y cuestiones marcados previamente seguiremos una metodología que nos permita discernir correctamente todos los puntos para conseguir entender la totalidad de la cuestión.

Para ello utilizaremos el análisis crítico de fuentes secundarias de información relacionadas con la materia de estudio, tales como: manuales y artículos de revistas de profesionales, bases de datos y bibliotecas digitales. En base al estudio de dichas fuentes conseguiremos situar, entender y analizar la cuestión, así como realizar un análisis crítico de la realidad del sector y de la sostenibilidad.

Por otro lado, se realizará un estudio metodológico utilizando fuentes primarias de información. El estudio consistirá en la realización de entrevistas mediante cuestionario online a directivos, jefes de departamento o personal responsable de la sostenibilidad de las empresas del sector. Con esta técnica lo que se pretende es analizar la percepción a cerca de la situación del sector conforme a la sostenibilidad de personal con una relevancia en materia de sostenibilidad en las empresas del sector del calzado en la CV.

Todas estas fuentes son observadas mediante un uso razonado y crítico, el cual nos permitirá extraer información verídica que nos permitirá analizar, comparar e interpretar resultados para así intentar alcanzar unas conclusiones lo más acertadas posibles, acercándonos al objetivo principal del Trabajo.

2. HISTORIA Y ACTUALIDAD DEL SECTOR DEL CALZADO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

a) Historia y evolución económica y social del sector.

La industria del calzado consta de una gran importancia, tanto a nivel económico como a nivel social en la Comunitat Valenciana. Tiene su origen en los primeros años del

siglo XIX, sin embargo, hasta el momento de la industrialización el oficio existente era el de zapatero y se realizaba totalmente de manera artesanal². Por las características geográficas del entorno, se propiciaba la creación de la alpargata de esparto, la cual fue durante bastante tiempo emblema y signo de distinción en la zona.

El oficio artesanal de zapatero requería mucho tiempo y aprendizaje, es por ello, por lo que surgen las primeras agrupaciones de gremios o familias en el siglo XIX para reducir el riesgo que conllevaba una mala venta en los mercadillos³. La fabricación de zapatos seguirá sin mecanizarse hasta el año 1840 que surgió el invento de la primera máquina de coser, a partir de este momento el crecimiento del número de talleres zapatero incremento en las localidades de Alicante, destacando Elche, Elda, Concentaina y Villena.

A partir de esta expansión de talleres y de la aparición de la máquina de coser es cuando la industria del calzado empieza a crecer y a consolidarse en la zona, siendo la provincia de alicante la mayor creadora de instituciones del sector zapatero en España a finales del siglo XIX. El crecimiento significativo de la industria surge a principios del siglo XX donde las ciudades empezaron a especializarse y a ganar un nombre e importancia por la calidad del producto⁴.

Por ejemplo, en el caso de la ciudad de Elche un momento clave para la industria fue la llegada de la Primera Guerra Mundial, la paralización de la producción internacional durante la guerra fue vista para los empresarios ilicitanos como una oportunidad, la cual supieron aprovechar. Surgió una especialización por el calzado masculino, mejorando aspectos como la resistencia de la suela, que favoreció a un aumento de la demanda a nivel internacional. Hay que destacar la demanda del ejército francés de 40.000 botas militares⁵.

² Calzado y mucho más... disponible en : <https://tirapie09.blogspot.com/2009/01/la-industria-en-la-comunidad-valenciana.html> Última consulta: agosto 2024

³ Íbid.

⁴ MIRANDA ENCARNACIÓN, José Antonio, en “De la tradición artesana a la especialización industrial. El calzado valenciano, 1850-1930.” Universidad de Alicante, Revista de Historia Industrial No 4, 1993. Págs. 11-20.

⁵ Aquí medios de comunicación, El calzado y Elche, historia de una relación indivisible, disponible en: <https://aquimediosdecomunicacion.com/2019/02/15/el-calzado-y-elche-historia-de-una-relacion-indivisible/> Última consulta: agosto 2024

Por lo tanto, tanto en Elche como en otras ciudades, gracias a la especialización en cuanto al tipo de calzado, consiguieron impulsar la exportación a mercados internacionales, dotando de una mayor relevancia al sector. Un punto importante del sector en la CV es que el crecimiento económico de la industria a mercados internacionales fue de la mano con la innovación y el incremento de nueva maquinaria que ayudaba a mejorar la producción, por tanto, se consiguió un alto nivel no solo de especialización, si no de producción y mecanización.

Estas características permitieron a la industria mantenerse en una buena posición cuando los malos momentos llegaron. La Guerra Civil y el periodo de Posguerra fueron momentos muy duros para la industria, puesto que se encontraba en auge su importancia internacional y el intervencionismo de maquinarias para la guerra, así como restricciones posteriores a las guerras llevaron a una suspensión del crecimiento del sector. Sin embargo, gracias a el enfoque por la calidad, el diseño y la marca, el sector consiguió superar los retos de la crisis y se recuperó en las décadas posteriores.

Por otro lado, en la década de 1970 otra crisis surgió para la empresa, debido a la exportación en masa de países con una mano de obra mucho más barata, china y Asia, que la española consiguieron volver a poner en dificultades a las empresas valencianas. A pesar de ello, la industria en la CV siguió optando por la diferenciación en cuanto a calidad de su producto y, mediante esta fortaleza, consiguieron superar la crisis otra vez más y es por ello, por lo que “el sector zapatero ha vivido unos buenos años en la década de los 90, las estructuras comerciales de algunas marcas se han afianzado, se han robustecido y modernizado las industrias medianas y sobre todo la industria auxiliar”⁶.

La evolución histórica del sector del calzado en la CV nos muestra la realidad de un sector tradicional, de prestigio y resiliente. Mediante la búsqueda de la calidad en la fabricación del calzado, las empresas de la Comunitat intentan establecer una diferenciación que les dote de una ventaja competitiva en un sector y una sociedad cada vez con un mayor grado de globalización. Por tanto, la industria, tanto a lo largo de la historia como en la actualidad, interpreta muy bien las oportunidades del mercado, ya

⁶ Calzado y mucho más... disponible en: <https://tirapie09.blogspot.com/2009/01/la-industria-en-la-comunidad-valenciana.html> Última consulta: agosto 2024.

que, sabiendo que no puede competir con los países asiáticos en precios, pone atención en sus fortalezas y crea una estructura en torno a estas fortalezas y oportunidades.

Por todo lo visto, las marcas y las empresas de la Comunitat siguen siendo de relevancia en todo el mundo, y la historia de esta industria nos muestra la capacidad de resiliencia, de adaptabilidad y de flexibilidad que tiene el sector. A continuación, en el presente TFG analizaremos cual es la situación actual del sector en la CV y en el mundo, y que retos y oportunidades existen y como va a afrontar estas situaciones el sector.

b) Actualidad del sector del calzado en la Comunitat Valenciana

Como hemos mencionado previamente, el sector del calzado en la CV tiene unas características históricas que siguen vigentes en la actualidad y que se reconocen dentro de la industria nacional e internacional del calzado. En contraparte, la actualidad en la industria del calzado supone varios retos y cambios a los que el sector debe adaptarse si quiere mantener una buena posición competitiva en el futuro.

La actualidad de la industria del calzado está marcada por un entorno globalizado, hipercompetitivo y dominado por las grandes potencias productoras. Estas grandes potencias, en la mayoría países asiáticos, son países con mano de obra barata y un precio de adquisición de materias primas muy reducido, lo que les permite generar una ventaja competitiva en costes que muy difícilmente se puede igualar en Europa. Según los datos del Informe del calzado en España 2023 realizado por la Federación de Industrias del Calzado Español (a partir de ahora FICE), hay 5 grandes potencias mundiales, la principal potencia es China con un 54,6% de la producción global en el año 2022, seguida por India con hasta un 10,9% de la producción global en el mismo año y por debajo del 10% se sitúan Vietnam, Indonesia y Brasil, en orden de importancia⁷.

⁷ Informe del calzado en España, FICE, 2023 disponible en: https://www.modaes.com/files/publicaciones/free/2023/informe_calzado_2023/#page=1, pág. 9.

Principales países productores de calzado en 2022
En millones de pares

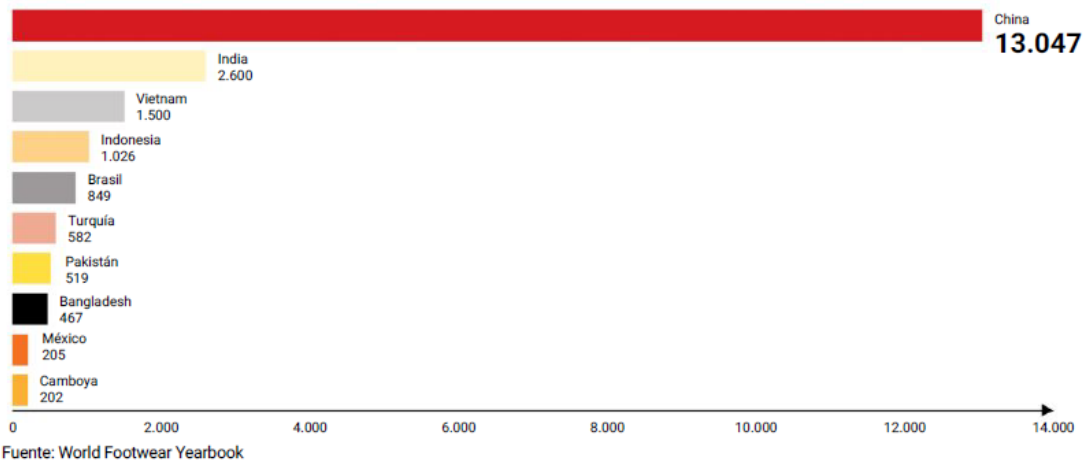


Ilustración 1. Principales productores mundiales en Millones de pares producidos. Fuente: FICE y World Footwear Yearbook

Por tanto, como bien podemos observar en la anterior imagen, según los datos del World Footwear Yearbook, en el año 2022 no se encuentra ningún país perteneciente a la UE⁹, lo que demuestra la dominancia de los países asiáticos y de China y como el resto de los países, incluyendo a España, deben intentar diferenciarse, ya que no pueden competir en producción con China.

Sin embargo, este entorno mundial no solo está marcado por los super productores, si no que, esta situación ha abierto la puerta a la búsqueda de alternativas para intentar mantener una posición competitiva fuerte. El entorno marcado ha obligado a implantar una serie de características en las empresas que serán la calve para la diferenciación actual y futura de la industria del calzado mundial.

Estas son las características más importantes que contextualizan a la industria;

-Dinamismo; marcado por la actual tendencia de la moda hacia el fast fashion la industria del calzado debe tener capacidad para el cambio y la adaptación, tanto hacia los clientes, como a los nuevos procesos productivos y a las nuevas tendencias globales.

- Transformación digital; El sector se encuentra en los últimos años inmerso en pleno proceso de transformación digital y las herramientas digitales seguirán

⁸ Ilustración extraída del Informe del calzado en España, FICE, 2023 disponible en: https://www.modaes.com/files/publicaciones/free/2023/informe_calzado_2023/#page=1 , pág. 10. Sin embargo, los datos corresponden a el informe del año 2022 de World Footwear Yearbook.

⁹ Turquía no pertenece a la UE a pesar de situarse en gran parte dentro de Europa.

incrementando su importancia. Mejorar en el uso de las herramientas digitales para generar una ventaja competitiva será uno de los objetivos principales de muchas empresas del sector. La inteligencia artificial, el ecommerce o el big data son algunas de las herramientas digitales que más impacto tienen en el proceso productivo en el sector del calzado. Un estudio sobre el calzado en la CV de la diputación de alicante, junto con AVECAL y la UMH destaca que “3 de cada 10 euros facturados es por venta online”¹⁰, por lo que la importancia de esta transformación digital es innegable hasta para el sector en la CV.

- **Sostenibilidad:**” La búsqueda de la sostenibilidad y el modelo circular definen la agenda reciente y futura de esta industria”¹¹. La sostenibilidad tiene que ser el eje sobre el que gire cualquier empresa productora de calzado que quiera tener un futuro de éxito, no solo por la normativa cada vez más importante, si no por los amplios beneficios que genera, los cuales veremos más adelante.

A pesar de que la industria del calzado en la CV sigue siendo muy relevante, sobre todo en cuanto a exportación, según datos del IVACE, Es el 8º sector valenciano más exportador (3% de total exportación CV) y la CV es la 1ª región española más exportadora con 37% de calzado español, en general, y 47% de piel¹², el sector ha sufrido un decrecimiento en el volumen total de estas un 7% menos en 2023 con respecto a 2022¹³. No solo las exportaciones se han reducido, si no que “en los últimos años ha visto descender la demanda – un 10% en 2023- y el número de empresas – un 47% en los últimos ocho años”¹⁴.

¹⁰ La Diputación, AVECAL y la UMH impulsan un análisis estratégico sobre el sector del calzado en la Comunitat Valenciana, 2024, disponible en: <https://www.diputacionalicante.es/noticias/la-diputacion-avecal-y-la-umh-impulsan-un-analisis-estrategico-sobre-el-sector-del-calzado-en-la-comunitat-valenciana/> Última consulta: agosto 2024

¹¹ Íbid. pág. 5.

¹² IVACE, Informe 2023 Calzado de Comunitat Valenciana. https://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Sectores-enlaces/CALZADO2023.pdf

¹³ Íbidem.

¹⁴ <https://www.diputacionalicante.es/noticias/la-diputacion-avecal-y-la-umh-impulsan-un-analisis-estrategico-sobre-el-sector-del-calzado-en-la-comunitat-valenciana/> Última consulta: agosto 2024

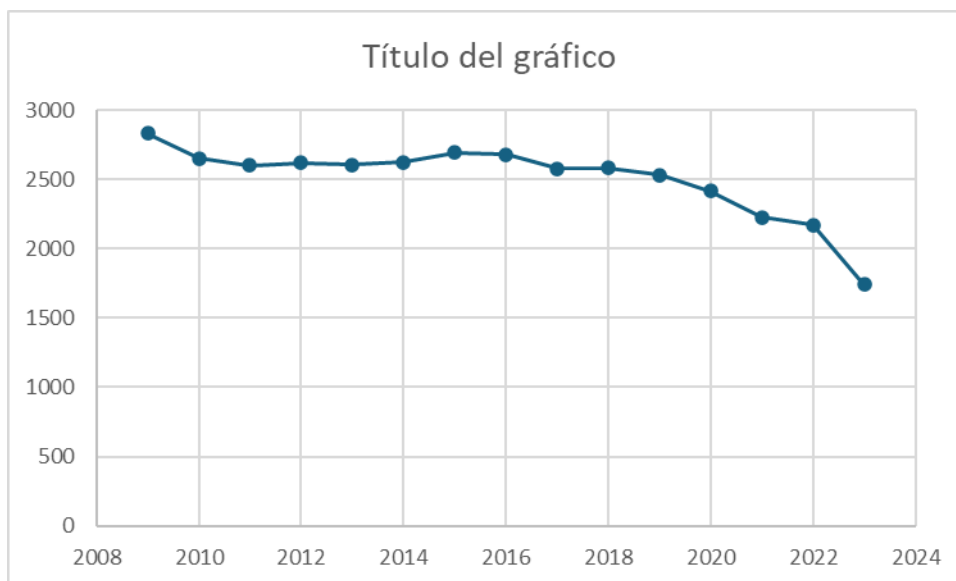


Ilustración 2. Número de empresas Sector cuero y calzado (CNAE 15) Fuente: Elaboración Propia con datos del INE¹⁵

Como podemos observar el número de empresas en el sector se ha visto reducido a lo largo de los años, sin embargo, el decrecimiento en 2023 es muy notorio, pasando de 2170 empresas en el año 2022 a 1742 en el 2023. Sin embargo, el sector del calzado en la CV “sigue ocupando la primera posición en el ranking de afiliados de la Comunitat Valenciana en el sector de la producción”¹⁶.

Lo que demuestra que la industria sigue siendo muy importante para la economía y la sociedad de la CV y, por tanto, sigue teniendo una gran relevancia tanto a nivel nacional como internacional, las empresas deben aprovechar este renombre y las nuevas tendencias de la sociedad para sobrevivir a los grandes productores y responder a los cambios de la sociedad de una manera rápida y flexible.

Estas características del entorno mundial ofrecen para las empresas del sector en la CV una serie de amenazas y oportunidades. Las empresas que puedan superar estas amenazas y aprovechar las oportunidades serán las que sobrevivan y crezcan en un sector dominado por Asia. Uno de los aspectos más relevantes en la actualidad y que puede ser incluso más importante en el futuro es, la sostenibilidad y es por ello por lo que en este trabajo analizaremos como pueden aprovecharse de ello las empresas del sector para

¹⁵ INE, Búsqueda en el directorio central de empresas del INE, CV, CNAE 15 y N empresas. <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=39372&L=0> Última consulta: agosto 2024

¹⁶ <https://www.diputacionalicante.es/noticias/la-diputacion-avecal-y-la-umh-impulsan-un-analisis-estrategico-sobre-el-sector-del-calzado-en-la-comunitat-valenciana/> Última consulta: agosto 2024

diferenciarse y obtener ventajas, concretamente analizaremos el CPS que es uno de los aspectos que afecta a más ramas y aspectos de la industria del calzado.

3. CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES

a) Concepto y principios

Para entender el concepto de consumo y producción sostenibles (en adelante CPS) hay que concretar primero los conceptos de sostenibilidad y de desarrollo sostenible, son definidos por primera vez, con carácter oficial, por la asamblea general de las Naciones Unidas el 4 de agosto de 1987, en el denominado informe Brundtland. La sostenibilidad se explica como la capacidad de no agotar los recursos actuales para así, poder seguir haciendo uso de ellos en el futuro¹⁷.

Por otro lado, el desarrollo sostenible conlleva la ocupación de las necesidades presentes sin comprometer las oportunidades de las generaciones futuras de cumplir con las suyas¹⁸. Se plantean tres dimensiones las cuales hay que atender en el presente para asegurar un futuro mejor para todos, estas dimensiones son la económica, la social y la medioambiental. Estas dimensiones deben de mantenerse a la vez, si una de ellas se descuida en aras de desarrollar las otras dos no se estaría atendiendo a un desarrollo sostenible, ya que, estarías perjudicando una dimensión para explotar otra. Por ello, es muy importante que, si se busca, por ejemplo, un crecimiento económico de un país mediante una política económica, no se dañe, con dicha política, algunos aspectos sociales y medioambientales de dicho país.

A raíz de esta definición surgen varias medidas y acciones, tanto internacionales como a nivel europeo, con el objetivo de avanzar hacia un desarrollo global pero sostenible, haciendo un uso más consciente y racional de los recursos¹⁹, dotando a las prácticas sostenibles de una gran importancia mundial. Una de las actuaciones más

¹⁷ Informe butland

¹⁸ONU, ¿En qué consiste el desarrollo sostenible? <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/> Última consulta: julio 2024.

¹⁹ GARCÍA, GARCÍA, Sara en: “Economía circular: 30 años del principio de desarrollo sostenible evolucionan en el nuevo gran objetivo medioambiental de la unión europea”, Revista de Estudios Europeos N° 71, enero-junio, 2018, págs. 309-321.

importantes toma lugar en el año 2015, donde los Estados miembros de la ONU se reunieron dejando plasmada su visión acerca del desarrollo sostenible en un plan para alcanzarlo, la denominada Agenda 2030 para el desarrollo sostenible²⁰. Este plan de acción será implementado por todos los países interesados a nivel mundial, siendo una de las actuaciones más ambiciosas de la ONU.

En la Agenda 2030 se fijan los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales constituyen un llamamiento para abordar los desafíos globales y construir un nuevo camino para un futuro mejor y más sostenible. Los ODS incluyen 169 metas de actuación y cuentan con 230 indicadores que ayudan a medir el avance mundial acerca de las medidas contempladas. Para el seguimiento y la correcta adopción de dichos ODS los gobiernos están incorporando a sus planes nacionales de actuación los ODS. Sin embargo, los Objetivos no van dirigidos solo a los líderes de cada país, sino a toda la sociedad, tanto las empresas como cada persona puede aportar con sus decisiones individuales²¹.

En materia de ODS toma relevancia para nuestro Trabajo el Objetivo 12 producción y consumo responsables, el cual pretende garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. Los recursos naturales cada vez son más escasos y la población y la esperanza de vida siguen incrementándose, por lo que hemos de impulsar estilos de vida sostenibles que ayuden a cambiar el modelo de producción y consumo para conseguir una gestión eficiente de los recursos naturales²². El ODS 12 es uno de los más transversales, en concreto tiene mayor relación con los principios 7,8 y 9, siendo así uno de los ODS más importantes, sobre todo para los países desarrollados ya que tienen una mayor huella medioambiental.

Para cambiar los estilos de consumo es importante que “tanto la demanda como la oferta se orienten hacia productos y servicios que tengan el menor impacto ambiental”²³. Sin embargo, es innegable que las empresas tienen un papel aún más

²⁰ <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/>

Última consulta: julio 2024.

²¹ <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/>

Última consulta: julio 2024.

²² ONU, Pacto mundial 20 años, disponible en: <https://www.pactomundial.org/ods/12-produccion-y-consumo-responsables/> Última consulta: julio 2024.

²³ Plan de acción para la implementación de la agenda 2030, disponible en: <https://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:6e0f06b9-a2e0-44c0-955a->

importante que los consumidores, debido a que, no solo deben incorporar estrategias de producción sostenible, si no que, además, deben potenciar el consumo sostenible, ofreciendo información y transparencia sobre los productos que ofrecen. En consecuencia, el propio ODS estipula en una de sus metas, la sexta, la importancia de las empresas diciendo que se debe:” alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes”²⁴. Las empresas que decidan fomentar un consumo y producción sostenibles pueden hacerlo por medio de diferentes situaciones, como, por ejemplo: atender a políticas y estrategias de que contengan indicadores y objetivos empresariales en materia de sostenibilidad, integrando sistemas de economía circular, invirtiendo en innovación y diseño de productos para reducir su impacto medioambiental, etc. Cualquier empresa, independientemente de su actividad puede tomar medidas en aras de fomentar y aportar a la consecución de las metas establecidas en este Objetivo, sin embargo, son las empresas del sector agroalimentario y del sector industria, en las que se incluye el sector del calzado, donde este ODS toma mayor relevancia y donde se debe hacer énfasis.

No solo la meta 12.6, referente a las empresas, afecta a la industria del calzado, es más como hemos comentado el sector del calzado tiene un gran impacto sobre el consumo y la producción sostenibles, a continuación, se detallarán las metas del ODS 12 de la Agenda 2030 para posteriormente poder entender el impacto de este Objetivo en el sector del calzado.

12.1 Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados.

12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.

<dad1f66c11d7/PLAN%20DE%20ACCI%C3%93N%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20LA%20AGENDA%202030.pdf> Última consulta: julio 2024.

²⁴ ONU, ODS 12, disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/> Última consulta: julio 2024.

<p>12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per capita mundial en la venta al por menor.</p>
<p>12.4 De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo, a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.</p>
<p>12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.</p>
<p>12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.</p>
<p>12.7 Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales.</p>
<p>12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.</p>
<p>12.a Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles.</p>
<p>12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.</p>

12.c Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas

Tabla 1. Metas del Objetivo 12. Fuente: ONU²⁵, ODS, elaboración propia

En conclusión, el consumo y la producción sostenibles buscan implantar un nuevo modelo de consumo en el cual todos los agentes de la cadena de valor, en especial las empresas, deben utilizar los recursos de una forma respetuosa y que minimice los impactos que sus decisiones pueden tener en el medioambiente y en el apartado social. La regulación en materia de consumo y producción sostenibles son clave a la hora de fomentar un cambio cultural en la sociedad global, intentando encaminar las actuaciones, tanto de los países como de las empresas y personas, hacia una forma más sostenible de vida. Es por ello, que en el siguiente apartado analizaremos las políticas y normativas más relevantes para la cuestión que nos atiende.

b) Regulación en materia de consumo y producción sostenible.

Los ODS por su carácter integrador, pueden incorporarse casi a cualquier sector o actividad, es por ello por lo que cualquier acción reguladora que se quiera llevar a cabo hoy en día, debe tener en cuenta los ODS y por norma general esa regulación va a querer adecuar sus medidas a los ODS. En consecuencia, en la actualidad existen abundantes normativas y políticas que tratan de medir o integrar de alguna forma un Objetivo o alguna de sus metas a una determina región o actividad. Prueba de esta gran proliferación en regulación, el informe sobre los ODS del año 2023 afirma que “Entre 2019 y 2022, la Unión Europea y 62 países informaron sobre 485 instrumentos normativos que apoyan el cambio hacia el consumo y la producción sostenible”²⁶.

²⁵ <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/> Última consulta: agosto 2024.

²⁶ Informe sobre los ODS(The Sustainable Development Goals Report),2023, versión en español disponible en: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/The-Sustainable-Development-Goals-Report->

En este sentido, surgen políticas tanto a nivel internacional, comunitario, nacional, regional e incluso local que establecen las acciones o estrategias que ayudan a fomentar el correcto cumplimiento de los ODS. A continuación, observaremos las regulaciones más importantes en materia de consumo y producción sostenibles, sin ánimo de ser exhaustivos, ya que, como hemos mencionado, en la actualidad casi todas las políticas van a incorporar alguna mención en materia de sostenibilidad y lo importante es observar las normativas que van a servir de base para la creación de estrategias sostenibles en las empresas.

A nivel internacional cabe mencionar el Pacto Mundial de la ONU, el cual constituye la mayor iniciativa en el mundo sobre sostenibilidad empresarial. El Pacto Mundial supone un llamamiento a las organizaciones de todo el mundo para que se alineen con los 10 principios que componen el Pacto²⁷, en busca de promover los ODS en el sector empresarial. Su forma de actuación se basa en redes nacionales que fomentan la adhesión de las empresas a los principios del pacto, estableciendo un canal de discusión y comunicación directo entre las empresas adherentes y la ONU. En España esta iniciativa supone un gran impulso a la sostenibilidad empresarial, actuando mediante la Red española del Pacto Mundial han conseguido 1.664 entidades participantes en el año 2023, un 61% más que en 2022²⁸. Esta evolución se da principalmente por dos razones, por trabajar bajo el mandato oficial de la ONU y por las herramientas útiles y prácticas que ponen a disposición de las empresas adherentes, tales como la Open Academy Spain y los grupos sectoriales de trabajo²⁹, vemos la evolución en la siguiente imagen.

[2023_Spanish.pdf?_gl=1*12qqwnf*_ga*MTY5Nzk5NzM4Ny4xNzE4MTg3ODMz*_ga_TK9BQL5X7Z*MTcyMzczNzg1NC4yMy4xLjE3MjM3MzgwNTkuMC4wLjA](#), Última consulta: agosto 2024.

²⁷ Los diez principios disponibles en: <https://www.pactomundial.org/que-puedes-hacer-tu/diez-principios/> Última consulta: agosto 2024

²⁸ Pacto Mundial Red española, disponible en: <https://www.pactomundial.org/quienes-somos/> Última consulta: agosto 2024

²⁹ Informe integrado anual, Pacto Mundial Red española, 2023, disponible en: https://info.pactomundial.org/memoria_pacto_mundial_onu_espana_2023 Última consulta: agosto 2024.

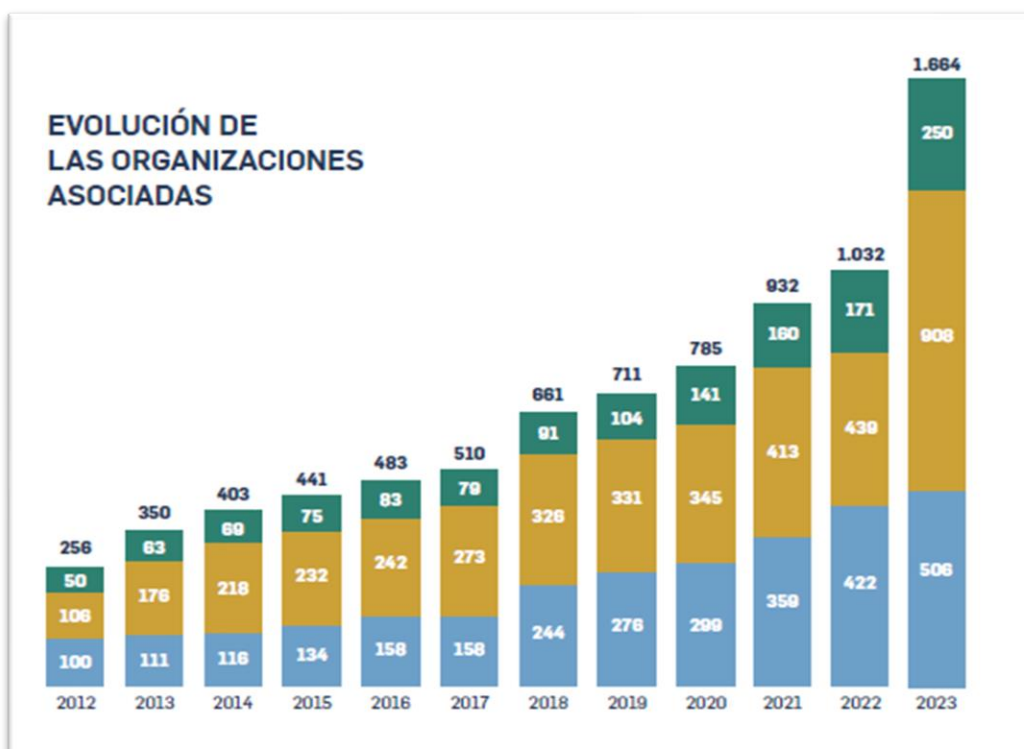


Ilustración 3. Evolución organizaciones asociadas Pacto Mundial. Fuente: Informe Integrado 2023 Red española Pacto mundial.

A nivel comunitario destaca el Pacto Verde Europeo que es, según su propia web “un paquete de iniciativas políticas cuyo objetivo es situar a la UE en el camino hacia una **transición ecológica**, con el objetivo último de alcanzar la neutralidad climática de aquí a 2050”³⁰. El Pacto Verde intenta que todas las acciones a nivel europeo contribuyan a los objetivos sostenibles marcados en este documento y en los ODS, por tanto, su actuación se proyectará a todos los sectores posibles, industria, transporte público, etc. En materia de legislación, su objetivo principal es traducir las ambiciones sostenibles y climáticas existentes a nivel europeo e internacional y traducirlas en legislación eficaz y con verdadero impacto práctico, para ello, el propio Pacto propone una Legislación Europea sobre el Clima con justificación en los objetivos sostenibles para 2050 del Pacto Verde Europeo.

Una de las iniciativas del Pacto Verde Europeo es de vital importancia para la fomentación y la implantación de la producción y consumo sostenibles en las empresas y

³⁰ Consejo europeo, Pacto Verde Europeo, disponible en: <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/green-deal/> Última consulta: agosto 2024.

en Europa en general, es el denominado Plan de Acción para la economía circular. La economía circular juega un papel clave en materia de sostenibilidad y especialmente en el consumo y producción sostenibles, queriendo establecer un nuevo modelo económico que reintroduzca materiales en la cadena de valor, evitando el desperdicio de residuos y la protección general del medio ambiente³¹. Por tanto, se intenta dejar de lado el modelo económico lineal tradicional, por uno circular, devolviendo los residuos a la categoría de materia prima y dándole una nueva vida para su reutilización, hasta que realmente se agote su vida útil y ya entonces puedan considerarse residuos, lo que reducirá el uso excesivo de materias primas y recursos y minorará drásticamente el nivel de residuos en la UE, que es uno de los problemas más preocupantes hoy en día³².



Ilustración 4. Proceso de la Economía Circular.
Fuente: Reloops. <https://reloops.es/economia-circular/>

³¹ GARCÍA, GARCÍA, Sara en, “Economía circular: 30 años del principio de desarrollo sostenible evolucionan en el nuevo gran objetivo medioambiental de la unión europea”, Revista de Estudios Europeos, N.º 71, 2018, pág. 312.

³² Íbid. Págs. 312-313.

Para conseguir los objetivos que pretende la economía circular el Plan de Acción de la UE cuenta con más de 30 medidas de actuación, los aspectos que abarca son los siguientes:³³

- Garantizar el desarrollo de productos sostenibles y la circularidad de los procesos de producción. Las medidas en este aspecto van desde el diseño de productos sostenibles en materia de durabilidad y reutilización, hasta medidas referentes a emisiones industriales, evidentemente, acordes a las Directivas europeas.

- Empoderamiento de los consumidores. Mediante un mayor acceso a información fiable y de mejor calidad y mediante una mayor protección frente a prácticas ecológicas desleales.

- Orientación a sectores clave. Se destinarán medidas para algunos sectores concretos los cuales tienen un gran potencial de circularidad, por ejemplo, el sector de la electrónica y las TIC.

- Reducir los residuos. Se trabaja para intentar mejorar tanto la legislación europea como su forma de aplicación, estableciendo normas para los Estados miembros sobre ciertos objetivos a cumplir sobre reducción de residuos, por ejemplo, un objetivo que afecta al sector del calzado es que “establezcan una recogida separada de **productos textiles** y de residuos peligrosos de los hogares a más tardar el 1 de enero de 2025”³⁴

Este Plan de Acción crea medidas para todos los ámbitos de la economía circular, desde el diseño sostenible hasta la reducción de residuos, queriendo recalcar la importancia de todas las fases de la cadena de valor, si una falla, falla todo el engranaje, es por ello por lo que es tan importante la regulación sobre economía circular y el porqué de la importancia que se le está dando en los últimos años desde las instituciones europeas.

³³ La siguiente lista se basa en la información de la página del Consejo Europeo sobre economía circular, disponible en: <https://www.consilium.europa.eu/es/policias/circular-economy/> Última consulta: agosto 2024.

³⁴ <https://www.consilium.europa.eu/es/policias/circular-economy/> Última consulta: agosto 2024.

Para atender a las políticas internacionales y comunitarias, y para estar a la vanguardia de los modelos económicos sostenibles en España se van a implantar varias normativas, entre las que destacamos:

- La Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible (LES). Es la primera norma con rango de ley española que define el concepto de economía sostenible, por ello “es la norma más importante del ordenamiento jurídico español en materia de sostenibilidad y ha sido el germen de numerosas disposiciones normativas en pro de promover el desarrollo sostenible”³⁵.

- La Ley 1/2023, de 20 de febrero, de Cooperación para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global. La ley establece nuevas posibilidades legales en cuanto a la cooperación entre actores económicos del país, y que ayudarán a un desarrollo sostenible y de acuerdo con las normativas de la UE y los ODS. Por ejemplo, le otorga rango legal al compromiso adoptado por España de destinar el 0,7 % de la Renta Nacional Bruta a Ayuda Oficial al Desarrollo en 2030³⁶.

- El Plan de Acción para la Implementación de la Agenda 2030³⁷. Consta de nueve políticas palanca para la efectiva implementación de los Objetivos de la Agenda en España. Asimismo, se alinea con los objetivos de la Estrategia Española de Economía Circular (EEEC), ambas regulaciones constituyen las bases para un impulso hacia la economía sostenible y del nuevo modelo de negocio responsable son los recursos naturales. Por otro lado, el Plan de acción cuenta con un control, en el Informe de Progreso 2021 donde se analizarán los resultados de las 9 políticas adoptadas en el Plan y se

³⁵ BOE.es, Código de Derecho de la Sostenibilidad, actualizado a agosto 2024. https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=335&modo=2¬a=0 ,pág. 4.

³⁶ La Moncloa, gobierno de España, 2023, disponible en: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/exteriores/Paginas/2023/090223-ley-cooperacion-desarrollo-solidaridad.aspx> Última consulta: julio 2024.

³⁷ Plan de Acción para la implementación de la Agenda 2030, disponible en: <https://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:6e0f06b9-a2e0-44c0-955a-dad1f66c11d7/PLAN%20DE%20ACCI%C3%93N%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20LA%20AGENDA%202030.pdf> Última consulta: agosto 2024

asumirán los compromisos para los próximos años, con el fin de acelerar la transición social y ecológica³⁸.

A parte de las regulaciones nacionales, las Comunidades Autónomas y los municipios también tienen potestad para implementar estrategias para el fomento de los ODS, en nuestro caso mencionaremos medidas de la Comunidad Valenciana.

Se aprobó en julio de 2018 el Plan de Acción para la transformación del modelo económico valenciano, marcando las bases para posteriores regulaciones en materia de sostenibilidad, se busca una actitud transparente y abierta con todos los agentes de la economía. En consecuencia, siguiendo los pasos y principios de dicho Plan, el Consell aprobó por Decreto 215/2020, de 29 de diciembre, el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana (PATSECOVA)³⁹ con la intención de mejorar el comercio de la zona e implementar medidas de invocación, sostenibilidad y creación de sinergias entre actores de la cadena de valor económica de la zona.

En conclusión, la regulación en materia de consumo y producción sostenibles es muy extensa tanto en ámbitos de regulación como en las organizaciones que las aprueban, esto nos lleva a una gran diversidad de estrategias, políticas y normativas, todas ellas siguiendo los principios y Objetivos de la Agenda 2030. La cantidad de medidas que ayudan a una correcta implementación de los ODS no servirá de nada si posteriormente las empresas y organizaciones no siguen los indicadores y las estrategias marcadas por estos planes de acción y objetivos marcados. Para ello, a continuación, veremos las opciones que tienen las empresas para llevar a cabo una correcta implementación del ODS número 12 y seguir una hoja de ruta que permita el desarrollo sostenible de la empresa en todos los ámbitos posibles.

³⁸ Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, Informe de Progreso 2021, disponible en: <https://www.mdsocialesa2030.gob.es/agenda2030/documentos/InfProg2021.pdf> Última consulta: agosto 2024

³⁹ PATSECOVA, disponible en: <https://www.patsecova.es/#> Última consulta: agosto 2024

c) Estrategias para su efectiva implementación empresarial.

El seguimiento y la consecución de las metas de los ODS se establecen como principales pilares de un cambio de la sociedad, para conseguir este cambio, las empresas, como ya se ha mencionado anteriormente, son fundamentales y deben ser los actores principales en cuanto a liderar la efectiva implementación de estos Objetivos. Para implementar el CPS a la actividad empresarial y en general cualquier ODS, las empresas deben establecer una estrategia de sostenibilidad que sea clara y efectiva para marcar los pasos a seguir en el crecimiento sostenible de la empresa.

Cada empresa va a contar con su propia estrategia de sostenibilidad, atendiendo a sus particularidades, tales como entorno o grupos de interés, sin embargo, existe una guía para la implementación de los ODS por parte de las empresas, denominada SDG Compass. “SDG Compass es la guía por excelencia para la acción empresarial en sostenibilidad”⁴⁰, ofrece las pautas necesarias para que las empresas puedan alinear sus estrategias empresariales con los ODS y conseguir medir la evolución y el impacto de las medidas implantadas⁴¹.

Esta guía distingue 5 pasos a seguir para todas las empresas que quieran maximizar su contribución a los ODS⁴², son la base para establecer una estrategia sostenible de una forma efectiva, ya que tiene en cuenta todos los niveles de una estrategia empresarial y todos los niveles de una cadena de valor. Es por ello por lo que, a continuación, analizaremos los 5 pasos mencionados y las posibles acciones y herramientas que tienen las organizaciones para seguir dicha guía y establecer una estrategia empresarial sostenible.⁴³

⁴⁰ Pacto Mundial Red española. <https://www.pactomundial.org/biblioteca/guia-sdg-compass-la-guia-para-la-accion-empresarial-en-los-ods/> Última consulta: agosto 2024

⁴¹ Íbidem.

⁴² SDG Compass: La guía para la acción empresarial en los ODS, https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/10/SDG_Compass_Spanish-one-pager-view.pdf, 2016, pág. 5.

⁴³ La siguiente lista ha sido elaborada utilizando la información proporcionada por la SDG Compass: La guía para la acción empresarial en los ODS https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/10/SDG_Compass_Spanish-one-pager-view.pdf

- Paso 1 Entendiendo los ODS → el primer paso es entender que son los ODS, las oportunidades que representan para la empresa y las responsabilidades mínimas que se deben cumplir. En este caso, en el presente trabajo ya se han definido que son los ODS, por lo que solo se mencionará la necesidad de conocer las metas concretas de cada Objetivo que afecten a la empresa.

Por otro lado, conocer las oportunidades que puede brindar a la empresa la implantación de los ODS en su actividad empresarial ayudará a enfocar las decisiones empresariales en base a conseguir esos beneficios de una forma más efectiva. Tales beneficios pueden ser:

- Identificar futuras oportunidades de negocio. Con la ampliación del número de consumidores que buscan soluciones innovadoras y sostenibles, se abre la posibilidad de nuevos mercados crecientes.

- Mejorar el valor de la sostenibilidad corporativa. Al integrar consideraciones de sostenibilidad, la empresa genera valor a través de toda la cadena de valor. Por ejemplo, el fortalecimiento de la marca, la mejora de la eficiencia operativa, los estímulos en la innovación de productos y la reducción de la rotación de personal⁴⁴.

- Fortalecer las relaciones con las partes interesadas y manteniéndose al día con el desarrollo de políticas. Que se alinee con la consecución de las metas de los ODS va a generar mayor confianza en los grupos de interés relacionados con la organización, por el contrario, aquellos que no lo realicen estarán expuestos a riesgos legales y de reputación⁴⁵.

Sin embargo, también existen una serie de responsabilidades que la empresa debe conocer. Debe atender a la regulación legal en materia de CPS que le corresponda en base a su actividad empresarial, así como a los principios mínimos reconocidos internacionalmente, tales como, los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU que se han mencionado en el presente TFG. La regulación en materia de CPS ya ha sido estudiada en este Trabajo y las empresas deben conocer sus responsabilidades mínimas con las mencionadas normativas y políticas, evidentemente las empresas que vayan más allá de los mínimos tendrán un impacto mayor en los beneficios que generan los ODS.

⁴⁴ Íbid. Pág. 8

⁴⁵ Íbid. Pág.9

- Paso 2 Definiendo prioridades → para beneficiarse de las oportunidades que generan los ODS las empresas deben fijar sus prioridades, esto ayudara a que las empresas enfoquen su esfuerzo en los Objetivos y metas que más beneficios les puedan reportar. En este caso, habrá que fijar que metas concretas del ODS 12 tienen mayor impacto en la empresa y que otros ODS pueden tener relación con el CPS. Para ello la propia SDG marca 3 pautas a seguir: ⁴⁶

- Mapear la cadena de valor para identificar áreas de impacto. Analizando la cadena de valor etapa a etapa, desde el suministro hasta el fin de vida del producto, observaremos en que aspectos la empresa tiene un impacto negativo a minimizar o un impacto positivo a reforzar. Por ejemplo, una meta en la que podría observarse un impacto positivo puede ser la buena política de información sobre las actuaciones de sostenibilidad que realiza la empresa y por tanto estaría favoreciendo a la meta 12.8 y debería priorizar el aumento de esta política. Por otro lado, un impacto negativo a minimizar podría ser el correspondiente con la meta 12.5 de generación de desechos, donde la empresa debería minimizar esta generación de productos.

- Seleccionar indicadores y recopilar datos. Una vez analizados los impactos, la empresa debe conocer que indicadores se relacionan mejor con las áreas a las que quiere dedicar esfuerzos. Hay varias herramientas que relacionan las metas con indicadores específicos. Destacaremos el inventario de indicadores del que dispone la propia web del SDG Compass por ser la más fácil en cuanto a su uso y visualización.

Como ejemplo, utilizaremos la meta 12.5 mencionada en el apartado anterior y el buscador web de SDG Compass para relacionar esta meta con indicadores concretos que ayuden a la empresa a la toma de decisiones.

⁴⁶ Íbid. Pág. 12

Como observamos el propio portal web nos deja filtrar por ODS, por metas, por temas de negocio y por fuente, en este caso seleccionamos la meta 12.5 y un indicador de tipo general, como se puede ver en la imagen.⁴⁷

Ilustración 5. Inventario de Indicadores. Fuente: SDG Compass

A continuación, automáticamente el buscador web utilizando los filtros seleccionados muestra todos los indicadores disponibles y la información pertinente para que la empresa pueda conocer cómo aplicarlos a su estrategia empresarial, por tanto, las empresas cuentan con herramientas que facilitan mucho la obtención de datos sobre indicadores, como se puede observar en la siguiente ilustración:⁴⁸

Objetivo ODS	Objetivo de los ODS	Tema de negocios	Tipo de indicador	Fuente del indicador	Descripción del indicador	Identificación del indicador y más información	Fecha
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	12.5 De aquí a 2030, reducir sustancialmente la generación de desechos mediante la prevención, la reducción, el reciclaje y la reutilización	Desperdiciar	General	Directrices GRI G4 para la elaboración de informes de sostenibilidad	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	G4-EN27	2015
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	12.5 De aquí a 2030, reducir sustancialmente la generación de desechos mediante la prevención, la reducción, el reciclaje y la reutilización	Reciclaje de materiales	General	Directrices GRI G4 para la elaboración de informes de sostenibilidad	Porcentaje de materiales utilizados que son materiales de entrada reciclados	G4-EN2	2015

Ilustración 6. Inventario de Indicadores. Fuente: SDG Compass

- Definir prioridades. Una vez que la empresa ya tiene datos sobre los impactos de la cadena de valor y los posibles indicadores a tener en cuenta, deberá

⁴⁷ Inventario de Indicadores, SDG Compass, disponible en: <https://sdgcompass.org/business-indicators/> Última consulta: Agosto 2024

⁴⁸ Íbid.

desarrollar estas prioridades, ordenándolas y midiendo las oportunidades que puede obtener la empresa de una forma más precisa.

- Paso 03 Estableciendo objetivos → Se basa en establecer objetivos cuyos resultados vayan directamente relacionados con la priorización realizada en el paso 2⁴⁹. En la guía mencionan las acciones a seguir.

- En primer lugar, definir el alcance de las metas y seleccionar los indicadores clave del desempeño. Las metas deben ir enfocadas a lo realmente prioritario y para ello se debe basar en la información obtenida en el paso 2 sobre impactos negativos y positivos y, sobre todo, de los datos obtenidos sobre indicadores ya que de esta información derivará la elección de los indicadores clave del desempeño que son los que se van a utilizar para la medición del progreso.⁵⁰

- En segundo lugar, definir la línea base para cada tipo de objetivo. Se debe establecer una línea de actuación clara, ya que de ello dependerá la probabilidad de alcanzar o no el objetivo, un punto muy importante es el tiempo marcado para la consecución del objetivo. Otro aspecto importante es el nivel de ambición que la empresa atribuye cada objetivo, y es que los objetivos ambiciosos deben de ser alcanzables y no irreales, por otro lado, los objetivos poco ambiciosos no motivarán a los trabajadores y no ayudará a un posterior proyecto sostenible.

Al igual que existen herramientas para obtener información sobre indicadores, también existen determinadas iniciativas que ayudan al establecimiento de objetivos. A modo de ejemplo, observamos las siguientes: Los programas aceleradores del Pacto Mundial de la ONU, como el SDG Ambition, que tienen como función marcar compromisos cuantificables y con límite de tiempo para avanzar de forma conjunta⁵¹. Otros ejemplos interesantes son: el Science Based Targets Initiative que alinea las metas

⁴⁹ La guía para la acción empresarial en los ODS https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/10/SDG_Compass_Spanish-one-pager-view.pdf pág. 16

⁵⁰ *Ibid.* Pág 17.

⁵¹ Programas aceleradores, ONU Pacto Mundial Red española, disponible en: <https://www.pactomundial.org/que-ofrecemos/aprendizaje/#programas-aceleradores> Última consulta: Agosto 2024

marcadas con el consenso científico actual o el Futute-Fit Benchmarks que también establece gracias a la ciencia metas objetivas que todos deberían marcar⁵².

Existen muchas herramientas a disposición de las empresas, es por eso por lo que en la propia web de SDG Compass, al igual que con los indicadores, ponen a disposición de quien lo necesite, un inventario de herramientas para las empresas. Este inventario, permite buscar las herramientas empresariales más importantes en materia de ODS, permitiendo, con una rápida búsqueda, obtener información y en algunos casos acceso a las herramientas que deseen⁵³. Al igual que en el inventario de indicadores de la misma organización, en este caso, también se pueden buscar las herramientas por medio de filtros.

- Por último, anunciar el compromiso con los ODS. Haciendo públicos algunos de los objetivos detallados en los puntos anteriores, de una forma entendible, hará que esa transparencia se refleje en confianza tanto a nivel interno, empleados, como externo, consumidores y proveedores. Evidentemente, anunciar que la empresa va a seguir medidas y posteriormente no actuar conforme a lo comunicado perjudica a la empresa, para eso los resultados de las acciones emprendidas también deben ser publicados (paso 5 de la guía).

• Paso 04 Integrando → Este paso es el que va a determinar si la identificación de objetivos, metas e indicadores dan paso a un establecimiento definitivo en la empresa. Para conseguir integrar la sostenibilidad en la actividad principal del negocio, la SDG Compass establece que hay que tener en cuenta 3 acciones en la estrategia.⁵⁴

- En primer lugar, anclar los objetivos de sostenibilidad. Este punto habla de lograr un cambio organizacional significativo en la empresa, este cambio, solo se puede lograr si los objetivos están integrados en todas las partes de la organización. Destacando la relevancia de la dirección en este proceso, ya que serán los encargados de alinear estos objetivos sostenibles con los demás objetivos (financieros, estratégicos y operativos) y de

⁵² La guía para la acción empresarial en los ODS https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/10/SDG_Compass_Spanish-one-pager-view.pdf pág. 19.

⁵³ SDG Compass, Inventario de herramientas de negocio, <https://sdgcompass.org/business-tools/>

⁵⁴ Íbid. pág. 21.

comunicarlos a nivel interno, sin estas dos acciones clave de los directivos de la empresa no se puede llegar a integrar un cambio sostenible notorio.

- La segunda acción es la de integrar la sostenibilidad en todas las funciones. Evidentemente, si mencionábamos que todas las partes de la organización deben conocer los objetivos de sostenibilidad, deben de conocerlos todos los grupos de trabajo o departamentos existentes en la empresa, así como, los trabajadores individuales. En este sentido, toma especial relevancia la comunicación efectiva de metas a cada área específica, por ejemplo, I+D o Recursos humanos y también, el establecimiento de incentivos individuales a los trabajadores de esa área que cumplan con los objetivos personales y ayuden a cumplir la meta de la actividad específica.

- La última acción es participar en alianzas. Una forma de compartir información y soluciones en materia de sostenibilidad es asociarte con empresas que tengan un compromiso alto con los ODS. Por tanto, conseguir nuevas alianzas con empresas responsables con la sostenibilidad, puede ayudar a mejorar tanto el diseño de la estrategia sostenible como a solventar con una mayor celeridad los problemas que surjan.

• Paso 05 Reportando y comunicando → La comunicación sobre los progresos y la situación actual de los planes frente a los ODS se han vuelto en uno de los aspectos que más han crecido en los últimos años, esto se debe a que reportar los impactos positivos de la empresa con la sostenibilidad genera una mayor confianza en los grupos de interés relacionados con la organización. Como acciones mínimas a seguir, la guía SDG Compass destaca las siguientes:⁵⁵

Procesos de reporte y comunicación efectivos. Establecer un proceso de reporte eficaz no solo crea confianza y valor a la empresa con los grupos de interés, si no que, además, puede estimular cambios internos y en la toma de decisiones⁵⁶.

La forma común de comunicar los avances logrados en torno a los ODS suele ser mediante los sitios webs, las redes sociales o publicidad, pero lo que es seguro que reporta un valor extra a la empresa es seguir los estándares y las regulaciones. Como hemos visto

⁵⁵ Íbid. Pág. 25.

⁵⁶ Íbid. Pág. 26.

anteriormente en el TFG, la regulación en materia de sostenibilidad no solo fija principios y normas, sino que, además, aporta herramientas para implantar los ODS y su seguimiento es una forma de visualizar que la empresa está comprometida con el cambio hacia un mundo mejor.

Por otro lado, para conseguir generar una mayor confianza y mejorar la reputación de la empresa es muy importante que las empresas utilicen los estándares o normas oficiales reconocidos. La Organización Internacional de Normalización (ISO) define que a los estándares como: “acuerdos documentados que contienen especificaciones técnicas u otros criterios precisos para ser usados consistentemente como reglas, guías o definiciones de características para asegurar que los materiales, productos, procesos y servicios cumplan con su propósito”⁵⁷. Por tanto, se analiza el funcionamiento de una empresa en su totalidad, para garantizar que cumple unos requisitos mínimos, para con materiales, productos, procesos y servicios, y con un propósito concreto. En este caso, nos interesan los estándares de CPS que garanticen que la empresa que lo obtiene cumple con ciertos criterios sostenibles y, por tanto, su publicación en cualquier medio oficial de la empresa puede generar un aumento de valor para la organización y un aumento de confianza para los grupos de interés.

En España toman especial importancia los estándares UNE-ISO, situándose como las normas de referencia para el desarrollo sostenible empresarial, estudiando el nivel de sostenibilidad de la empresa desde casi todas sus perspectivas. A continuación, destacamos los estándares nacionales e internacionales más relevantes en materia de CPS:

⁵⁷ISO; <https://www.iso.org/es/home> Última consulta: agosto 2024


12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 	UNE-ISO 20400 Compras sostenibles. Directrices
	UNE-EN ISO 14045 Gestión ambiental. Evaluación de la ecoeficiencia del sistema del producto. Principios, requisitos y directrices
	UNE-ISO/TR 14062 Gestión ambiental. Integración de los aspectos ambientales en el diseño y desarrollo de productos
	UNE-EN ISO 14006 Sistemas de gestión ambiental. Directrices para la incorporación del ecodiseño
	UNE-EN ISO 14004 Gestión ambiental. Análisis del ciclo de vida. Requisitos y directrices
	UNE 49601 Envases y embalajes. Aspectos de gestión ambiental. Guía para la preparación y presentación de Planes Empresariales de Prevención de residuos de envases individuales
	UNE-CEN ISO/TS 14027 Etiquetas y declaraciones ambientales. Desarrollo de reglas de categoría de producto
	UNE-EN ISO 14020 Etiquetas ecológicas y declaraciones ambientales. Principios generales

Ilustración 7. Estándares de normativación ODS 12. Fuente: Guía implantación ODS en la PYME

58

Por lo tanto, el uso de estándares oficiales supone que las empresas han sido verificadas por una entidad externa, competente e independiente y, por tanto, conforma un aumento de credibilidad y de calidad en las comunicaciones sobre sostenibilidad. Hay que destacar que existen bastantes más estándares y normas internacionales, así como sectoriales y nacionales, pero se han seleccionado los UNE-ISO por ser los de mayor impacto en el CPS nacional.

A parte de los estándares oficiales sobre ODS, las empresas pueden fomentar la comunicación sostenible mediante: incorporación de estándares sobre RSC, proyectos de acción social, memorias de sostenibilidad, etc. Por ejemplo, queremos destacar la entrada en vigor en el año 2023 del Informe de Progreso (COP) del Pacto Mundial de la ONU, donde se alinean con los diez principios del Pacto y establecen un reporte de ODS estandarizado a nivel internacional⁵⁹. Hay muchos métodos de informar a los grupos de

⁵⁸ Confederación canaria de empresarios, CECE Guía, *Guía para la implantación de los ODS en la PYME*, 2023, pág. 51.

⁵⁹ Informe de Progreso Actualizado (COP), Pacto mundial ONU Red española, disponible en: <https://www.pactomundial.org/que-ofrecemos/informes-de-progreso/> Última consulta: agosto 2024

interés, pero estos métodos deben de ser eficaces, respondiendo verdaderamente a las demandas de las partes interesadas y no usar los ODS como una simple campaña de marketing, la sostenibilidad de la empresa debe estar contrastada.

Por último, la guía SDG Compass destaca la importancia de divulgar todas las evoluciones que se realicen sobre ODS. Es decir, no solo comunicar de una forma eficaz y real los resultados, sino que, se debe mostrar toda la información relevante, por ejemplo, porqué es relevante dicho ODS para la empresa, como lo identificaron, que plan de acción eligió la empresa para conseguir el objetivo propuesto, etc.⁶⁰ De este modo, la empresa muestra información constante conforme a las políticas sostenibles elegidas y los grupos de interés pueden ver el trabajo realizado y la cronología seguida.

4. LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE EN EL SECTOR DEL CALZADO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.

a) Análisis del sector del calzado en la Comunitat Valenciana.

El sector del calzado en la CV presenta una relevancia histórica innegable, relacionando el calzado de la zona con unas características reconocidas tanto en ámbito nacional como internacional. Estas son algunas características diferenciadoras del calzado valenciano: tradición, creatividad, calidad, flexibilidad, innovación, sostenibilidad y acceso a mercados internacionales. La unión de todos estos factores conlleva a posicionar el calzado valenciano como un referente con gran experiencia en el sector, esto se refleja en la importancia que recibe nuestro calzado en España, donde la Comunitat Valenciana es la región que más calzado exporta de España con un total del 42%, según un estudio conjunto entre AVECAL, la diputación de Alicante y la UMH⁶¹.

Por otro lado, la buena fama del calzado valenciano no ha evitado que el número de ventas y el número de trabajadores del sector se haya visto reducido, percibiéndose

⁶⁰ La guía para la acción empresarial en los ODS https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/10/SDG_Compas_Spanish-one-pager-view.pdf pág. 28.

⁶¹AVECAL, Diputación y UMH presentan un informe sobre el calzado que constata la fortaleza del sector en Comunidad Valenciana y en el país, 2024, <https://avecal.es/avecal-diputacion-y-umh-presentan-un-informe-sobre-el-calzado-que-constata-la-fortaleza-del-sector-en-comunidad-valenciana-y-en-el-pais/> Última consulta: agosto 2024.

una cierta preocupación en el sector. Como explica Imanol Martínez, director de Internacionalización y de Marketing de FICE “Más allá de las cifras, en las empresas existe una gran preocupación por la situación que atraviesa el sector como consecuencia, principalmente, de la caída del consumo, la inflación y el difícil clima internacional generado por todos los eventos geopolíticos actuales”⁶². Además, hay que añadir la competencia de los países asiáticos en los últimos años, donde la fabricación a precios bajos ha trasladado gran parte de la producción del calzado mundial a Asia.

Una muestra de que el sector está pasando por malos momentos es la reducción de la producción de calzado en España durante 2023, en total bajó un 16,5 % con respecto al año anterior, según datos del INE⁶³. También según el INE, se observa como “el índice de cifra de negocios (ICN) de la industria del cuero y el calzado cerró el año 2023 con una caída del 9,3 % con respecto al año anterior. La facturación del sector acumula ya nueve meses en porcentajes negativos y muestra una tendencia claramente a la baja”⁶⁴.

Aunque esta situación pueda generar preocupación, las organizaciones de la industria tienen que afrontar estos retos y conseguir explotar las oportunidades que les brinda la actualidad del calzado. En concreto, se presenta una situación donde toman relevancia el dinamismo, la transformación digital y la sostenibilidad. El dinamismo viene marcado por la influencia del sector de la moda y las nuevas tendencias sociales, que llevan a promover modelos centralizados en el cliente.⁶⁵ Asimismo, la transformación digital, sobre todo, mediante el uso de las nuevas tecnologías para el diseño del producto, conllevan a una creciente búsqueda de inversión en I+D y compromiso con el mayor uso de nuevas tecnologías. En este sentido, la Industria 4.0 sostenible contribuirá a la modernización de las empresas y de sus procesos productivos, adaptándolos a las nuevas tendencias y permitiéndoles adaptarse a las necesidades de los clientes de una forma

⁶² FICE, Exportaciones de calzado 2023, disponible en: <http://www.fice.es/noticias/exportaciones-calzado023-3> Última consulta: agosto 2024.

⁶³ https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736145519&menu=ultiDatos&idp=1254735576715

⁶⁴ FICE, Exportaciones de calzado 2023, disponible en: <http://www.fice.es/noticias/exportaciones-calzado023-3> Última consulta: agosto 2024.

⁶⁵ Guía ODS, Retos y Oportunidades para el sector del Calzado, INESCOP, Cluster calzado innovación, 2020, pág 10.

rápida y sostenible⁶⁶. Por otro lado, la sostenibilidad es el punto que va a unir a tanto el dinamismo como al desarrollo tecnológico, debido a que la sostenibilidad se entiende en la actualidad como un requisito indispensable para el cliente, por lo que las empresas deben contemplarlo en todas sus actuaciones. Además, las nuevas tecnologías, como hemos mencionado, suponen un gran avance para el diseño de calzado, este uso de la tecnología va a facilitar un diseño más sostenible.

Hay que mencionar, que desde el COVID-19, que supuso la paralización de la economía mundial durante un periodo de tiempo elevado y una aceleración de las tendencias que hemos mencionado, sobre todo la de la transición digital y la de la sostenibilidad, haciendo imposible que en un futuro imaginemos el sector del calzado con los modelos de producción pre-COVID-19. Esta situación conlleva a que las empresas que menos problemas van a tener, en la actualidad y a largo plazo, son las organizaciones que apuesten por un modelo de economía circular y de liderazgo digital.

Otra de las características del sector es el tipo de empresas que forman parte del sector en la CV, la mayoría de las empresas son PYMES y no tienen una gran capacidad económica para invertir. Según el estudio de AVECAL con la UMH ya mencionado, “el 76% de las empresas tienen menos de 9 empleados”⁶⁷. Y según datos del INE, en el año 2023 los trabajadores de las empresas en la CV en el sector del cuero y calzado se distribuyen de la siguiente forma:⁶⁸

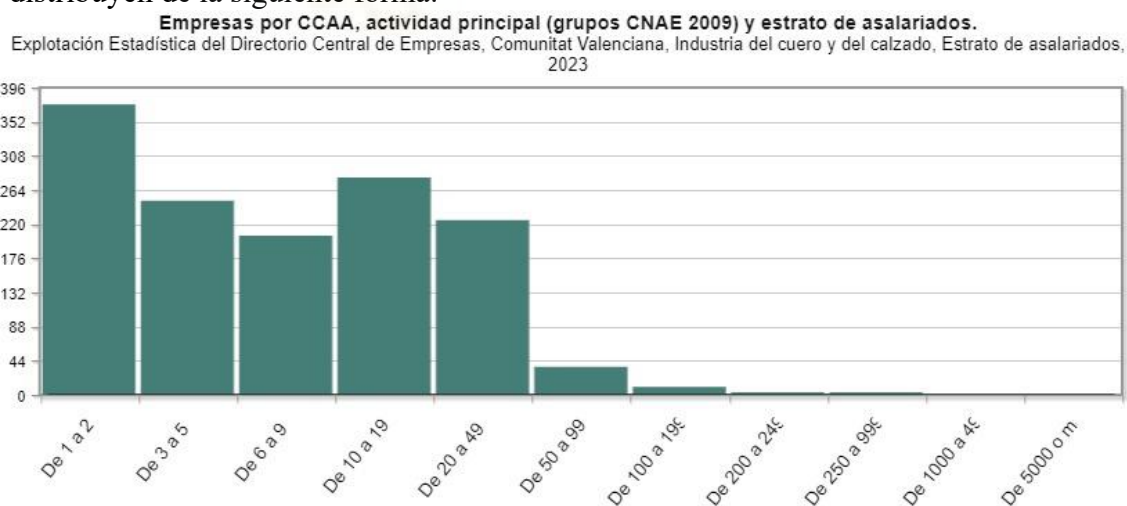


Ilustración 8. Número de asalariados sector del calzado en la CV Fuente: DIRCE; INE

⁶⁶ *Ibid.* Pág. 11.

⁶⁷ <https://avecal.es/avecal-diputacion-y-umh-presentan-un-informe-sobre-el-calzado-que-constata-la-fortaleza-del-sector-en-comunidad-valenciana-y-en-el-pais/> Última consulta: agosto 2024.

⁶⁸ https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=39372#_tabs-grafico

Por tanto, observamos como las empresas del sector tienen un tamaño pequeño, lo que conllevará que no existan muchos grupos de trabajos dedicados especialmente a la sostenibilidad y que no existan gastos excesivos en cuanto a sostenibilidad ya que la estabilidad económica de estas empresas puede peligrar si sale mal una inversión y normalmente los gastos en sostenibilidad son costosos e innovaciones con cierto riesgo. Sin embargo, al ser empresas con un número pequeño de asalariados, puede ser beneficioso para la transmisión interna eficaz sobre información y medidas en cuanto a sostenibilidad, lo cual supone un punto importante para establecer una estrategia efectiva en cuanto a CPS.

Otra realidad del sector que ayuda a dar fuerza a que la industria siga siendo competitiva a lo largo de los años son las asociaciones de calzado, las subvenciones de la Generalitat y los centros tecnológicos. Teniendo un papel importante en cuanto a impulsar proyectos, estudios y eventos que promueven y muestran las posibilidades que la innovación y la sostenibilidad pueden aportar al sector del calzado. Son ejemplo de actores de la industria, que, sin ser empresas, ejercen un gran impacto en el desarrollo sostenible del sector del calzado en la comunidad valenciana.

Hay que destacar a 3 de estos actores, en primer lugar, AVECAL, es la Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado, aparte de participar y ayudar en estudios del sector, como el mencionado y citado en el presente TFG, también aporta ayudas y subvenciones económicas para empresas del sector que cumplan criterios de innovación y sostenibilidad. Por ejemplo, una ayuda publicada en su web para la elaboración de memorias de sostenibilidad destinadas a PYMES⁶⁹.

En segundo lugar, AEC, la Asociación Española de Componentes y Maquinaria para el Calzado. Es otra Asociación del sector que tiene un gran compromiso con el desarrollo sostenible del sector, participando en varios estudios y proyectos para visibilizar la importancia de la sostenibilidad para la supervivencia del sector. Por otro lado, AEC muestra la importancia de las empresas auxiliares, como fabricantes de suelas, cuero, pieles, etc., en el sector. Uno de los eventos que más importancia tiene en el sector del calzado en la CV es FUTURMODA, organizado por AEC. FUTURMODA es la feria Internacional de Componentes, curtidos, textiles y maquinaria para el calzado y la

⁶⁹ AVECAL, Ayudas y Subvenciones medio ambiente, disponible en: <https://avecal.es/ayudas-y-subsvenciones/medio-ambiente/> última consulta: septiembre 2024

marroquinería, siendo un punto de encuentro para el sector del calzado, cuenta con más de 300 firmas expositoras de España, Italia, Portugal, Francia y otros países⁷⁰. Destacando FUTURMODA Green Planet, una iniciativa donde encontrar productos y diseños sostenibles para las empresas del sector.

La sostenibilidad y el ecodiseño fueron los protagonistas de la última edición de FUTURMODA, hasta un 30% de las empresas expositoras participaron en el espacio FUTURMODA Green Planet, presentando soluciones innovadoras y responsables con el medio ambiente⁷¹. Siendo uno de los eventos del sector del calzado, tanto en la CV como nacional e internacionalmente, que permite una mayor visibilidad y promoción a los aspectos del CPS en la actualidad, destacando la importancia de las empresas auxiliares y de las asociaciones del calzado para la industria en la CV.

Por último, INESCOP, Asociación Investigación Industria del Calzado y Conexas, es el centro tecnológico del calzado que mayor impacto tiene en la CV. Su importancia reside en la participación en informes sostenibles del sector, en la implantación de estándares de calidad y sostenibilidad del calzado y en la innovación de diseño del calzado. Como ejemplo podemos destacar la realización de la Guía web de los ODS que hemos utilizado como material biográfico en el presente TFG, los estándares de sostenibilidad que veremos a continuación y la participación en programas de investigación como el UNITI 4.0. Siendo las acciones de INESCOP de gran relevancia para el sector del calzado en la CV.

La iniciativa “UNITI 4.0 es una Unión Temporal de Empresas, coordinada por ITI (Instituto Tecnológico de Informática) y que reúne a 8 centros tecnológicos de la Comunidad Valenciana (ITI, INESCOP, AIDIMME, AIJU, AIMPLAS, AITEX, ITE, ITC) y que ha sido acreditada para prestar el servicio de asesoramiento en el marco del programa ACTIVA INDUSTRIA 4.0.”⁷². El programa activa industria 4.0 es “un programa del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en colaboración con la EOI que contempla un servicio de asesoramiento especializado y personalizado en

⁷⁰ FUTURMODA, disponible en: <https://www.futurmoda.es/> última consulta: septiembre 2024.

⁷¹ Alicanteplaza, FUTURMODA 2024, disponible en :<https://alicanteplaza.es/rosana-peran-premio-isabel-ferrer> Última consulta: septiembre 2024

⁷² AEC, Activa industria 4.0, disponible en:<https://componentescalzado.com/informacion-de-las-empresas/> Última consulta: septiembre 2024

digitalización realizado por entidades colaboradoras acreditadas, cuyo objetivo es ofrecer un diagnóstico y análisis exhaustivo de la situación digital de tu empresa y la elaboración de un Plan de Transformación. Todo ello sin coste para la empresa”⁷³.

En este caso vemos como, AEC, una asociación del sector del calzado promueve una iniciativa del gobierno, que subvenciona un programa de innovación tecnológica y en el cual, participan diversos centros tecnológicos de la CV. En este caso podemos ver como en el sector del calzado no solo tienen importancia las empresas, si no que existen otros actores que van a tener importancia y van a aportar ayuda a que el sector aumente. El impacto que tienen estos actores es muy grande en cuanto a sostenibilidad se refiere, siendo muchas veces, como en este caso, promotores de iniciativas y medidas tendentes a fomentar un desarrollo sostenible de la industria. Por tanto, estos actores se postulan como grandes impulsores de medidas y acciones sostenibles en el sector y han de ser considerados como tal.

Una vez vistas las características principales del sector, observaremos el impacto que tiene la sostenibilidad y el consumo y producción sostenibles en el sector en la CV, ya que, en nuestra opinión, estos aspectos han ido creciendo en impacto en el sector y este aumento va a seguir en los próximos años.

b) El impacto de la sostenibilidad en el sector.

La sostenibilidad es uno de los aspectos que va a marcar el rumbo del sector del calzado en los últimos años. Las continuas exigencias sobre todo legislativas por parte de la UE, pero también de los consumidores, que demandan productos más respetuosos con el medioambiente, va a generar que la sostenibilidad sea un aspecto central en el crecimiento de las empresas del sector, sobre todo en la CV, ya que debe diferenciarse de los productores asiáticos como bien hemos mencionado con anterioridad.

Una de las claves de la implantación de modelos sostenibles es el Consumo y la Producción Sostenibles, el ODS 12 es uno de los más transversales de todos ya que, afecta a la mayoría de las empresas del sector. Además, la industria del calzado tiene mucho

⁷³ Íbidem.

margen de mejora con respecto a este ODS. Como hemos mencionado anteriormente en este TFG, la importancia de los certificados y estándares es fundamental para seguir una estrategia en base a los ODS y para comunicar de una forma efectiva dichos avances en cuanto a sostenibilidad. En el sector del calzado en la CV tiene mucha relevancia, ya que existen certificados específicos que acreditarán las buenas prácticas sostenibles en las empresas, y que las empresas que los adoptan tienen compromiso con alguno de los ODS, a continuación, veremos los relacionados con el CPS.⁷⁴



⁷⁴ La siguiente información viene de la GUIA ODS WEB de Cluster Calzado Innovación con INESCOP, mencionada anteriormente, ya que resume a la perfección los certificados más importantes. Guía ODS, Retos y Oportunidades para el sector del Calzado, INESCOP, Cluster calzado innovación, 2020, págs. 31-33.



Certifica que se ha calculado la huella de carbono y muestra el resultado.



Certifica la cuantificación de la biodegradabilidad de un material (cuero, plástico o textil) según la norma ISO 20136.



Certifica que todos los materiales o componentes están fabricados con materiales sostenibles y sometidos al control de sustancias restringidas, y poseen una adecuada durabilidad.



Garantiza que la naturaleza química del material no se corresponde con fibras de origen animal.



Certifica la realización de un control de las sustancias restringidas para calzado de acuerdo a lo establecido en el reglamento REACH.



Garantiza la seguridad física y química del calzado de niño según la normativa vigente.



Certifica que el modelo ha incorporado criterios ambientales en la fase de concepción y desarrollo, permitiendo reducir su impacto ambiental a lo largo de su ciclo de vida.



Certifica la calidad de zapatos, componentes y materiales, de acuerdo a la norma ISO 17020.



Certifica productos que reducen los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos de su misma categoría, contribuyendo así a un uso eficaz de los recursos y a un elevado nivel de protección del medioambiente.

Ilustración 9. Certificados ODS 12. Fuente: Guía Web Cluster calzado innovación, INESCOP.

Como observamos, el ODS 12 se relaciona con muchos otros ODS, permitiendo que las empresas que implementen alguno de estos certificados, avancen en más de un ODS. Esta es una de las ventajas de aplicar modelos de CPS, sobre todo, en una industria donde los residuos y la reutilización de materias primas tiene tanta importancia. Por otro lado, la importancia de INESCOP es un aspecto para destacar, no solo se debe a que haya colaborado en dicho estudio si no que sus certificados y su participación en acciones sostenibles, como mencionamos en el epígrafe anterior, son de gran relevancia en el sector en la CV.

Por último, hay que destacar algunos certificados más generales, pero que son relevantes, sobre todo por su compatibilidad con la industria textil y de la moda.



Ilustración 10. Certificados ODS 12. Fuente: Guía web Cluster calzado innovación, INESCOP

El estudio de AVECAL anteriormente mencionado destaca algunas de las claves del sector y en donde mayor margen de mejora se tiene, en el personal especializado, concretamente “el estudio recomienda atraer y retener talento especialista en e-

commerce, transformación digital, sostenibilidad e internacionalización.”⁷⁵. La retención de talento no solo puede impulsar las nuevas tendencias en las empresas de la CV, si no que creará en las empresas una cultura de innovación, desarrollo y crecimiento sostenibles. La cultura empresarial es muy importante ya que afecta a toda la estructura de la empresa, la implementación se una cultura empresarial que respete a los ODS, desde todos los niveles de la empresa empezando por la dirección, facilitará una mejor recepción de medidas y cambios en materia de innovación y sostenibilidad.

Por último, hay que destacar el acuerdo firmado por el empresariado ilicitano del calzado, el denominado, Sistema Colectivo Voluntario de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP). Esta iniciativa pretende seguir las directrices de la Ley 7/2022 de Economía Circular con anterioridad al plazo máximo estipulado para las medidas contempladas. En este caso, esta iniciativa desarrollada en Elche supone que la CV sea la primera Comunidad Autónoma en contar con un sistema de responsabilidad de este estilo.

76

Esta iniciativa, pretende mejorar la gestión de los recursos naturales de las empresas del sector del calzado, en un principio se ha creado en Elche, pero supone un precedente y podría servir para que se extienda a más localidades y provincias. Esta iniciativa surgió, por la creciente necesidad de reducir el nivel de residuos generados por la industria del calzado en la CV. “En España se compran alrededor de 335 millones de pares de calzado al año. Considerando un peso medio de 0,7 kilos por par, la generación de residuos de calzado alcanza las 234,5 toneladas anuales a los cinco años, que es el periodo medio de vida de este proyecto”⁷⁷.

Por lo tanto, la gestión eficiente de las materias primas y los recursos naturales y la reducción de residuos, ambas son metas del ODS 12, concretamente las metas 12.2 y 12.5, son un aspecto clave a mejorar por las empresas del sector en la CV en el marco de los próximos 5 años. Para establecer un avance claro en cuanto a estas metas y objetivos sostenibles se refiere, las empresas deben de establecer estrategias que sigan los ODS de

⁷⁵ <https://www.diputacionalicante.es/noticias/la-diputacion-avecal-y-la-umh-impulsan-un-analisis-estrategico-sobre-el-sector-del-calzado-en-la-comunitat-valenciana/>

⁷⁶ Gabinete de comunicación Generalitat Valenciana, disponible en: <https://comunica.gva.es/es/detalle?id=382885282&site=373409432> última consulta: septiembre 2024.

⁷⁷ Íbidem.

una manera efectiva y realista, en el presente TFG ya hemos tratado sobre los pasos debería seguir una empresa para poder implantar correctamente una estrategia en base a los ODS.

Como hemos observado a lo largo del Trabajo, la sostenibilidad es observada por la mayoría de los agentes del sector como una gran oportunidad de futuro para la industria del calzado. Desde la propia UE, hasta la Generalitat Valenciana o las propias empresas por su cuenta, establecen medidas, acciones e iniciativas con el objetivo de desarrollar el sector de una forma sostenible, permitiendo así obtener en el futuro una mayor ventaja competitiva por medio de la efectiva implementación de modelos sostenibles de producción y consumo. Ahora bien, estas observaciones que realizan los agentes son implementados en la actualidad de una manera efectiva por la generalidad del sector o aún queda camino por hacer, para ello, a continuación, realizaremos un estudio para poder acercarnos en mayor medida al impacto real de la sostenibilidad y el CPS en el sector.

5. ESTUDIO REALIZADO

a) Metodología y Empresas Seleccionadas.

Se realizará una entrevista, mediante un cuestionario online de preguntas abiertas cortas y de preguntas cerradas con varias opciones, a los directores de las empresas seleccionadas del sector del calzado de la Comunidad Valenciana. La justificación de este método de investigación se observa en la relevancia de obtención de datos cualitativos y cuantitativos, debido a que, la recogida de ambos tipos de datos nos va a ayudar a responder de una manera más eficaz a la finalidad de la encuesta. El cuestionario será realizado de forma anónima para que los encuestados puedan responder a las preguntas, sobre todo a las abiertas, de una forma libre y sin sentirse coaccionados, obteniendo datos más fieles de la realidad. Por otro lado, la encuesta se realizará mediante la plataforma “Formularios de Google”.

La finalidad de este estudio es observar la percepción de los directivos de empresas del sector del calzado de la CV sobre la actualidad del sector, el impacto que tiene la sostenibilidad en el sector, como las empresas implementan el ODS 12 de CPS y el cómo van a afrontar los retos actuales y futuros del sector. Para ello, la entrevista se dividirá en los aspectos que se quieren analizar, separando por categorías o bloques estos

aspectos, para que así, a la hora de analizar los resultados de la encuesta podamos analizar cada bloque de características por separado.

En primer lugar, se podría denominar al primer bloque actualidad, donde se realizarán unas preguntas sobre la actualidad del sector y sobre la evolución reciente que ha experimentado el sector. A continuación, pasaremos al bloque de sostenibilidad. En este apartado de preguntas versaran cuestiones sobre la percepción de la empresa sobre sostenibilidad, que aspectos priorizan más, como han priorizado dichos aspectos. También se preguntará por la estrategia de sostenibilidad que sigue la empresa, los objetivos que persiguen, que herramientas utilizan para su implantación y sobre los resultados y su comunicación en materia de ODS y CPS. Por último, el bloque sobre el futuro del sector. Preguntando sobre cómo piensa la empresa avanzar en materia de sostenibilidad, como va a afrontar los retos actuales y futuros y como cree que va a situarse el sector de aquí a un futuro próximo.

Con la estructura de la metodología de estudio (Anexo 1) que hemos mencionado pretendemos obtener una visión real sobre la perspectiva de las empresas sobre el sector, enfatizando en cuanto a sostenibilidad y al CPS. Creemos que los 3 bloques de preguntas, unidos a preguntas tanto abiertas como cerradas nos permiten obtener datos relevantes para poder tener esa visión que deseamos obtener y responder a la finalidad de la encuesta de una forma correcta.

En cuanto a la selección de empresas (Anexo 2) se ha realizado a través de los listados de las asociaciones AEC y AVECAL. Como hemos mencionado anteriormente, estas asociaciones tienen una gran relevancia para el fomento y la promoción de estudios, eventos y acciones de sostenibilidad en el sector. Además, son de gran relevancia y reconocimiento dentro del sector en la CV, mostrando una imagen fiel de la realidad del sector, ya que existen empresas de muchas actividades principales y auxiliares entre los asociados a estos actores. Por tanto, creemos que las empresas que sean colaboradoras con estas asociaciones van a tener un mayor compromiso con el desarrollo sostenible del sector, respondiendo de una manera más abierta a estudios realizados sobre el sector, como lo es nuestro estudio.

Además, otro de los factores que ha determinado esta selección de empresas ha sido la disponibilidad del listado y de información sobre los asociados en las páginas webs

de las dos asociaciones⁷⁸. Lo que ha permitido difundir el cuestionario con una mayor facilidad entre las empresas. La difusión del cuestionario, creado utilizando la plataforma digital Formularios de Google, se ha realizado mediante correo electrónico a las empresas con una información de contacto más clara nos han facilitado. El contacto y correo ha sido obtenido de las páginas webs y de la información se encuentra en los listados de las empresas colaboradoras de las asociaciones anteriormente mencionadas, solicitando que lo cumplimenten directivos, jefes de departamento, responsables de operaciones o cualquier persona que tenga influencia sobre la sostenibilidad en la empresa.

Un ejemplo de la obtención del correo de las empresas seleccionadas para su posterior difusión es la siguiente:⁷⁹

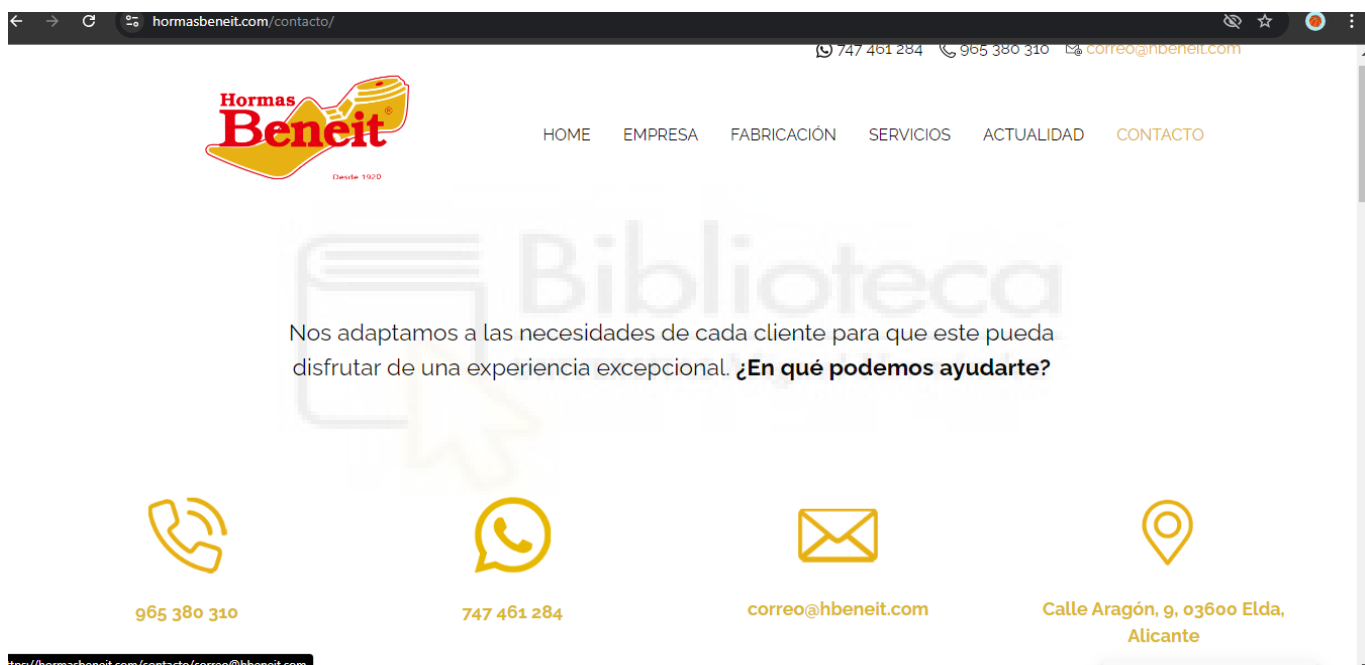


Ilustración 11. Muestra información de contacto de empresa seleccionada. Fuente: Elaboración propia mediante captura de pantalla página web

Una vez vista la metodología a seguir y las empresas seleccionadas pasaremos a analizar los resultados del cuestionario online.

⁷⁸ La información sobre asociados de AVECAL: <https://avecal.es/asociados/>. Y la información sobre asociados de AEC: <https://directorio.componentescalzado.com/> última consulta: septiembre 2024

⁷⁹ <https://hormasbeneit.com/contacto/>

b) Resultados del estudio.

A continuación, observamos los resultados obtenidos del estudio realizado. Para el análisis de los resultados, como ya hemos mencionado previamente, dividiremos en 3 bloques las temáticas de las preguntas, aunque están relacionados todos los bloques entre ellos. El método de análisis para las preguntas abiertas va a ser la codificación, la codificación convierte respuestas individuales en categorías colectivas, de este modo junta los resultados individuales de una encuesta y los reagrupa en categorías para analizar el contenido de esos resultados de una forma simple.⁸⁰

En primer lugar, se realizaron preguntas en cuanto a la actualidad del sector y sobre los cambios percibidos en los últimos años en cuanto a sostenibilidad.

Pregunta 1. ¿Cuál es la mayor oportunidad de crecimiento o situación provechosa que se observa en cuanto a la situación actual del sector?

Ha habido un total de 30 respuestas a esta pregunta, de las cuales 7 de ellas han sido no sabe/no contesta o no encuentra ninguna ventaja en este momento. Por otro lado, otras de las respuestas más repetidas han sido las relacionadas con la exportación a mercados internacionales con un total de 9 respuestas, por lo tanto, observamos como si que ha sido muy importante para las empresas del sector tener un buen nivel de venta al exterior.

Otra oportunidad observada ha sido la innovación y la adaptación a las nuevas tecnologías, con un total de 3 respuestas. Aunque existen respuestas relacionadas con el diseño del producto, el lanzamiento de nuevos productos y la calidad del producto que podrían ir relacionadas con la innovación.

La sostenibilidad, se menciona hasta en 4 ocasiones. En este caso se relaciona un calzado más sostenible, la utilización de componentes de calzado sostenibles y la sostenibilidad aplicada al modelo de negocio.

En conclusión, la oportunidad que más se ha apreciado por parte de los directivos de las empresas del sector en la CV es la exportación internacional de calzado, en este

⁸⁰RINCÓN GÓMEZ, William Alley, en: “*Preguntas abiertas en encuestas ¿cómo realizar su análisis?*”, Dialnet, 2014, pág. 4.

caso concuerda con las cifras mencionadas en este TFG donde interpretamos que la exportación del calzado español se sitúa en gran medida en la CV.

Pregunta 2. ¿Cuál es la mayor amenaza o preocupación que se observa en cuanto a la situación actual del sector?

En este caso se observaron 32 respuestas. La mayor amenaza con diferencia es la competitividad del mercado asiático, haciendo muy difícil la competencia en cuanto a precios y costes de estos productores asiáticos. En concreto, hasta un total de 13 respuestas se relacionan con la deslocalización de la fabricación hacia fabricas extranjeras en Asia y la imposibilidad de competir en costes de producción.

Por otro lado, también muchas de las respuestas hacen referencia a las ventas y al consumo, en total 7 respuestas muestran la preocupación por la bajada de la demanda de calzado, por las tendencias actuales del sector y la incertidumbre en ventas.

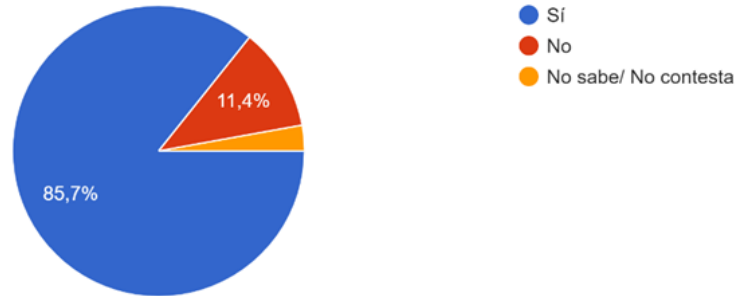
Por último, hasta 7 respuestas se relacionan con factores del macroentorno general, tales como la situación económica (inflación), las guerras actuales, la escasez de materias primas y los continuos cambios de legislación.

Por todo lo observado en las preguntas 1 y 2, podemos afirmar que las empresas del sector en la CV perciben una gran importancia en el mercado internacional, tanto para su propio aprovechamiento mediante la exportación como para la amenaza que suponen los grandes productores asiáticos.

En las siguientes preguntas, se opta por utilizar la fecha de los últimos 4 años ya que, creemos que el COVID 19 ha marcado un antes y después en el sector del calzado. Por tanto, no merece la pena mencionar una fecha posterior a la pandemia para observar los cambios en los últimos años. En concreto, en las siguientes preguntas buscamos obtener información sobre cómo han percibido la sostenibilidad en los últimos años.

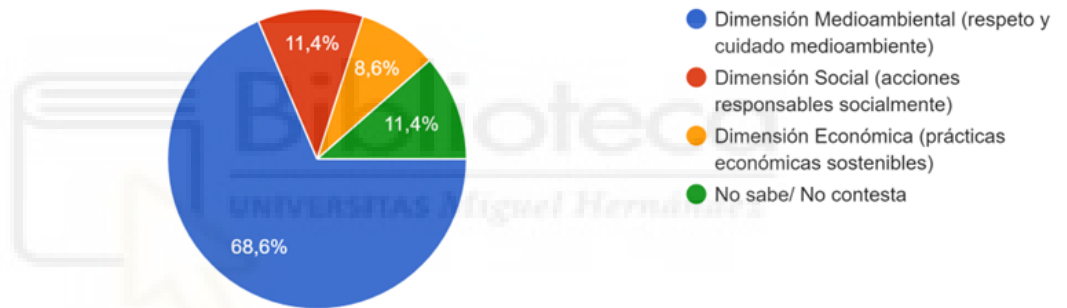
3. ¿Ha percibido un cambio importante en cuanto a sostenibilidad en el sector en los últimos 4 años?

35 respuestas



4. ¿En qué aspecto de sostenibilidad cree que el sector ha avanzado más en los últimos 4 años?

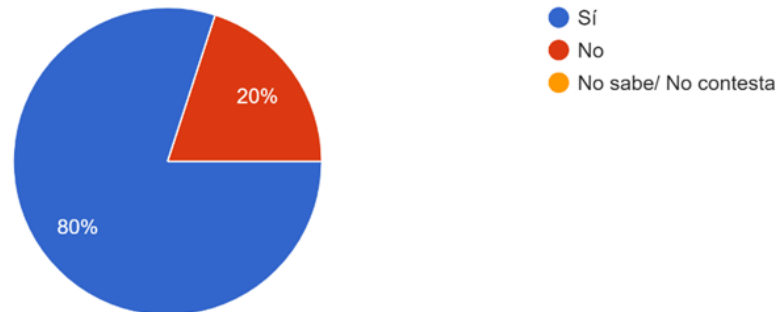
35 respuestas



Se puede observar como la gran mayoría de encuestados sí que han notado un cambio en cuanto a sostenibilidad y como este cambio percibido, en amplia mayoría se relaciona con la dimensión medioambiental de la sostenibilidad.

5. ¿En los últimos 4 años su empresa ha seguido algún plan estratégico de sostenibilidad (objetivos y metas para avanzar de manera específica en materia de sostenibilidad)?

35 respuestas

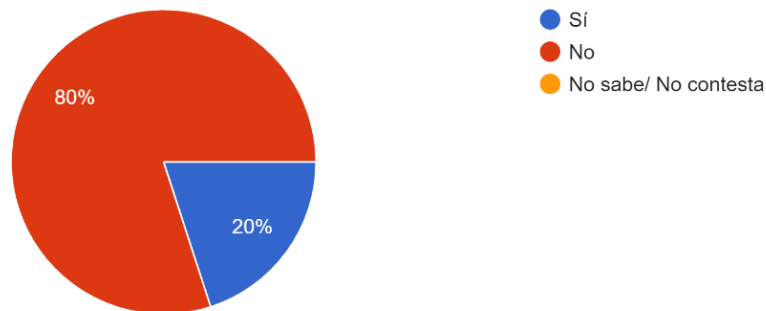


Por último, podemos ver como la mayoría de las empresas sí que han establecido objetivos y metas específicos en materia de sostenibilidad. Por lo tanto, aunque vemos que la sostenibilidad no es el principal factor de importancia en la actualidad, siéndolo la externalización de la producción, sí que tiene una gran importancia, sobre todo en el ámbito medioambiental, observada, por la gran mayoría de las empresas e implantada por la mayoría de ellas, en los últimos 4 años. Esto respalda la idea defendida en el TFG donde destacamos como ha ido tomando mayor relevancia la sostenibilidad en el sector en los últimos años.

A continuación, pasaremos al bloque de preguntas relacionadas con la sostenibilidad y el CPS, donde preguntaremos por las estrategias empresariales en cuanto a este aspecto. Por ejemplo, se hará referencia a los 5 pasos de la guía SDG Compass, mencionados en este TFG, a metas específicas del CPS y a la utilización de estándares sostenibles en la empresa. Todo ello para analizar las estrategias específicas utilizadas por las empresas en los últimos años y como estas empresas se han relacionado con aspectos relevantes de los ODS y del CPS.

6. ¿En su empresa existe un departamento específico dedicado a la sostenibilidad?

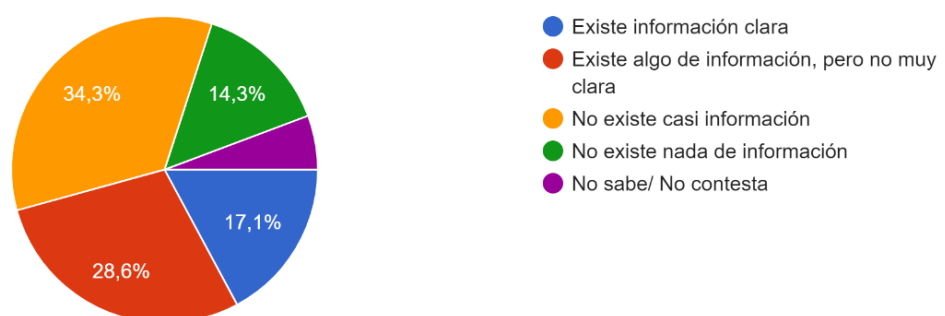
35 respuestas



Casi la totalidad de las empresas no tienen un departamento específico o un grupo de trabajo específico dedicado a la sostenibilidad, esto se podría deber a la realidad del sector, ya mencionada anteriormente en el Trabajo, acerca de que la mayoría de las empresas del sector son pequeñas y medianas empresas y, por tanto, es muy elevada la dificultad para estas empresas de destinar personal específico o especializado en esta materia.

7. ¿Existe o se promociona en su empresa información clara sobre que son los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) y los beneficios que se pueden obtener de su implementación?

35 respuestas

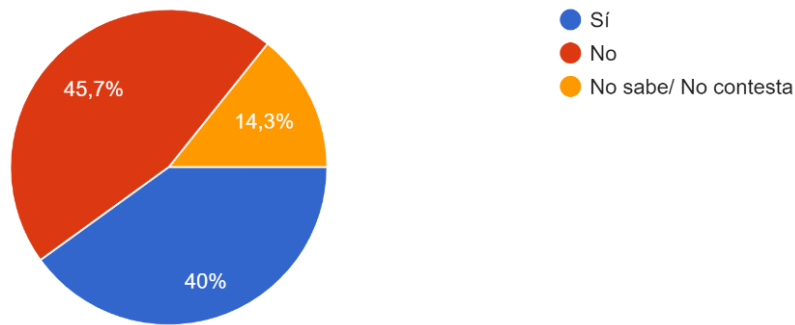


En este caso, observamos como solo 6 (17,1%) de las empresas que han contestado proporcionan información clara sobre los ODS y sus beneficios. Y la mayoría de las respuestas se centran en la poca información existente o en que, aunque existe información no es del todo clara. Esta respuesta podría marcar uno de los principales problemas observados del sector. Y es que, muchas empresas no entienden lo que es la

sostenibilidad o la reutilización de materiales, pero, no tienen información lo suficientemente clara sobre los ODS. Y los ODS son una de las herramientas más efectivas para la correcta implementación de la sostenibilidad en las empresas.

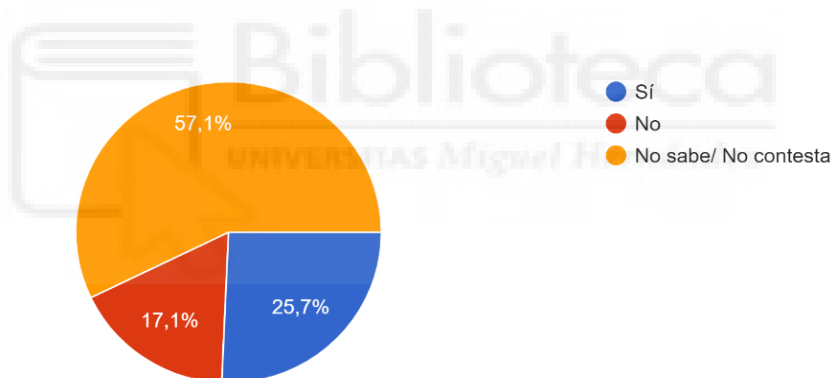
8. ¿Hay en su empresa algún plan de acción o medida acerca de algún objetivo o meta sostenible?

35 respuestas



9. ¿Si existe algún plan de acción o medida, se incluye algún objetivo o indicador concreto para algún ODS en particular (por ejemplo, para el ODS 12 reducir la huella de carbono en un x %)?

35 respuestas



En este caso, en la descripción de la pregunta 9 establecimos, que aquellos que contestaron no a la pregunta 8, contestaran con no sabe no contesta. Por tanto, las respuestas de No sabe/No contesta no serán examinadas en la pregunta 9. Observando, por tanto, que el 25,7% de los encuestados, sí que sigue un objetivo o indicador concreto para algún ODS en particular. Siendo un buen porcentaje viendo las respuestas a la pregunta 8 y siendo importante que se fijen metas específicas en cuanto a los ODS, aunque sigan siendo minoritarias las empresas que sí establecen estas medidas.

Pregunta 10. ¿Podría nombrarme cuales son los ODS que más prioriza su empresa (de 1 a 3 ODS)?

En este caso, como es visto en la pregunta anterior, la mayoría de los encuestados no tienen en particular un objetivo que tenga que ver con los ODS en la actualidad. Aun así, existen respuestas nombrando metas específicas que pertenecen a algún de ODS, debemos entender que, aunque no sigan en la actualidad un plan específico sí que tienen o han tenido un plan estratégico que tiene en cuenta algunos de los ODS mencionados en estas respuestas.

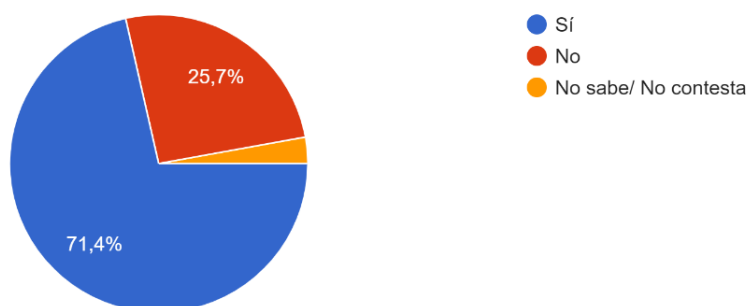
El ODS más repetido es el número 12, CPS, con un total de 10 menciones, donde se han mencionado metas específicas como la reducción de la huella de carbono, la reutilización y reciclaje de materiales y la gestión de residuos.

En segundo lugar, con 7 menciones, el ODS número 7, Energía asequible y no contaminante, mencionando metas concretas como la eficiencia energética, el aumento de energía renovable y el autoconsumo de energías.

Por último, se mencionan en menor medida los objetivos 17 y 11 en dos ocasiones, y en 1 ocasión los números 3, 4, 6, 10 y 13.

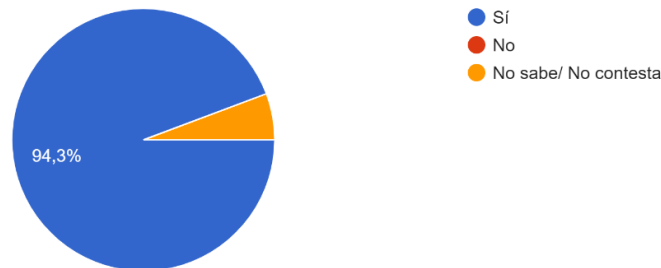
11. ¿En su empresa se utilizan medidas para la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales?

35 respuestas



12. ¿Se utilizan en su empresa medidas para la reducción y gestión responsable de productos químicos y desechos?

35 respuestas

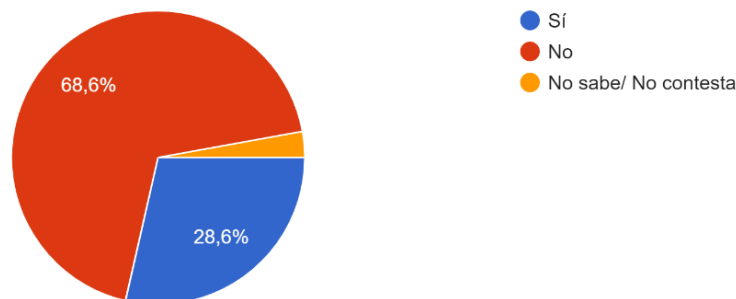


Como podemos observar en las 3 últimas preguntas, el CPS es uno de los objetivos que más se tiene en cuenta en el sector. En concreto, en las preguntas 11 y 12 se preguntan por metas específicas del CPS, en concreto por las metas 12.2 De lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales y 12.5 de reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización y una mención al 12.4 de residuos químicos.

Por tanto, vemos como estas metas concretas son de suma importancia para el sector del calzado en la CV, aunque, atendiendo a las respuestas a este cuestionario podemos interpretar como muchos de los entrevistados seguramente no sepan que corresponden a metas específicas del ODS 12, pero, sí que las tienen en cuenta en sus procesos productivos y en su actividad empresarial.

13. ¿Su empresa cuenta con certificados o estándares oficiales de gestión ambiental (por ejemplo, normas UNE-ISO)?

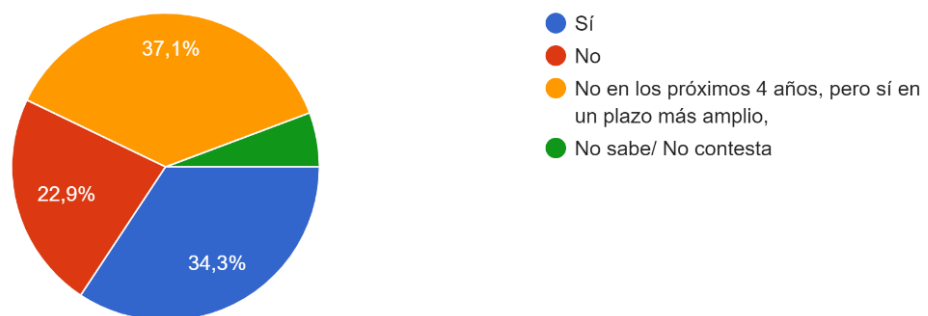
35 respuestas



Hasta un 68,6% de los encuestado no cuenta con estándares oficiales de gestión medioambiental, estos estándares son de gran importancia ya que requieren seguir unos criterios específicos sobre la gestión ambiental de la empresa, midiendo todos los aspectos de la empresa. Otra vez atendiendo a la naturalidad de las empresas del sector es entendible esta respuesta.

14. ¿Hay algún plan o medida para que su empresa incremente el número de certificados o estándares oficiales en materia de sostenibilidad en los próximos 4 años?

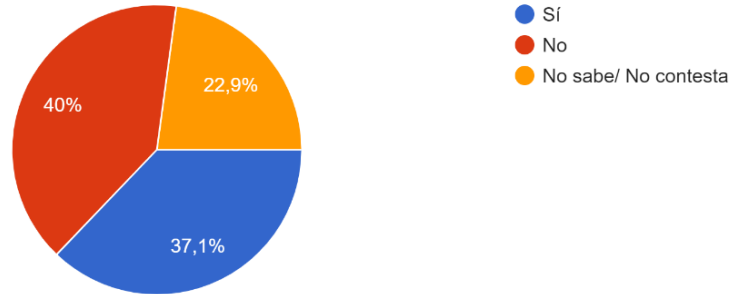
35 respuestas



En este caso, ya no son estándares de gestión ambiental si no de sostenibilidad, viendo como sí que se establecen previsiones en los próximos años para incrementar el número de estos certificados o estándares. Si bien la mayoría los prevé para un plazo superior a 4 años. Los estándares son de gran importancia para el sector del calzado, aunque los de gestión ambiental son más complicados y costosos de obtener para las empresas, sobre todo en las Pymes.

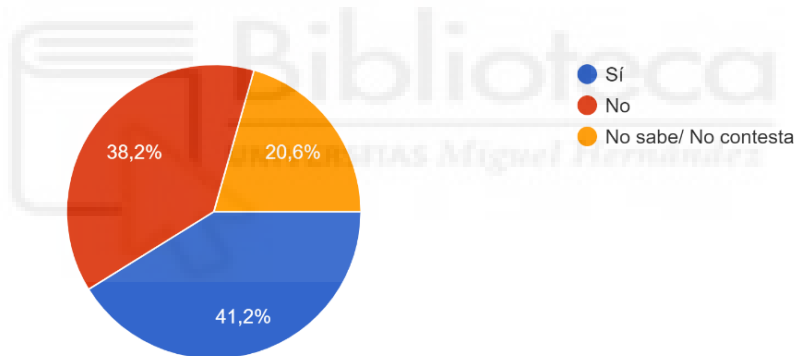
15. ¿Cree que existe en su empresa una comunicación interna efectiva sobre los avances y resultados obtenidos en materia de sostenibilidad?

35 respuestas



16. ¿Cree que existe en su empresa una comunicación externa efectiva sobre los avances y resultados obtenidos en materia de sostenibilidad?

34 respuestas



En cuanto al apartado de la comunicación, cabe destacar que existe una mejor comunicación externa sobre los avances y resultados obtenidos en cuanto a sostenibilidad, pero, no se consigue llegar en ninguno de los ámbitos, comunicación interna y externa, al 50% de respuestas positivas. Estas respuestas dejan ver, otra vez, la falta de información efectiva o clara en el sector sobre sostenibilidad, lo que es un aspecto preocupante en referencia a una buena estrategia de sostenibilidad ya que la comunicación de resultados va a reforzar la buena imagen de la empresa y, por tanto, creará valor para la empresa.

Pregunta 17. A través de que canales (por ej. Página web, RRSS, ...) se suelen comunicar los avances y resultados en materia de sostenibilidad a los grupos de interés (clientes, proveedores...), nombre los más importantes.

Como hemos visto solo un 41,3% suele comunicar efectivamente los avances, esto se refleja en esta pregunta, contando solo con 20 respuestas frente a las 35 de las preguntas cerradas anteriores.

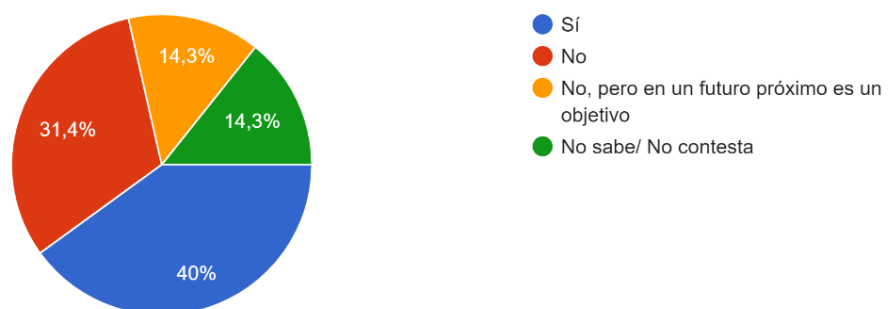
La mayoría de las empresas, 15, comunican sus resultados vía página web. Siguiendo en importancia, las redes sociales, con 8 respuestas, y de esas 8 respuestas 7 de ellas mediante Instagram. Esto supone un buen avance ya que las redes sociales y las páginas web favorecen una rápida transmisión de información y en varios métodos y formas.

Los otros encuestados utilizan medios como correos a los grupos de interés, uso de certificados, mediante la publicación en webs sostenibles, por ejemplo, se menciona Taibilla. Son medios de comunicación válidos y efectivos, pero poco flexibles y con poca visibilidad, dejando desaprovechar la oportunidad de ofrecer transparencia y buena imagen a sus grupos de interés.

La comunicación de los avances en sostenibilidad es uno de los pasos más importantes a la hora de establecer una efectiva estrategia de sostenibilidad, permitiendo dar a conocer a los grupos de interés el compromiso con la sostenibilidad y motivando al personal interno en la consecución de objetivos sostenibles. Por tanto, podemos observar otra vez el problema visto anteriormente, en este cuestionario, la falta de información y comunicación, en cuanto a sostenibilidad. Dejando de lado, aspectos muy importantes de

18. ¿Su empresa cuenta con alianzas con empresas que tengan un alto compromiso con los ODS y la sostenibilidad?

35 respuestas

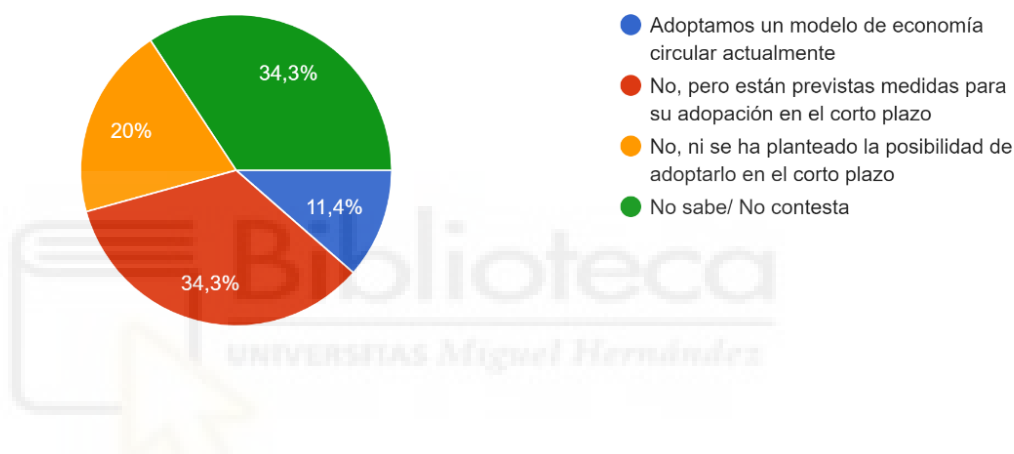


una estrategia empresarial a largo plazo como lo pueden ser la comunicación interna y la información clara en materia de ODS.

Aquí vuelve a existir una división en cuanto a empresas que sí, que buscan alianzas y otras que no. Sin embargo, se impone en las que sí, debido a que en un futuro próximo es un objetivo que algunas quieren llevar a cabo. Las alianzas con empresas comprometidas con la sostenibilidad es otro punto importante para motivar y promover la sostenibilidad y los ODS.

19. ¿Adoptan o van a adoptar un modelo de economía circular en la cadena de valor de la empresa en el corto plazo?

35 respuestas



La economía circular es un concepto que por lo que podemos observar en la encuesta, no está del todo claro en las empresas del sector. Su implementación en el corto plazo va a ser muy importante y parece que las empresas se están dando cuenta, puesto que, un 34,3% de los encuestados sí que tiene previstas medidas para su adopción en el corto plazo. Podemos interpretar que alguna persona de esas 34,3% que han contestado no sabe/no contesta, no conoce con precisión qué es la economía circular. Puesto que en anteriores preguntas de la encuesta sí que han contestado la mayoría que siguen métodos de reciclaje o reutilización. Puede ser que muchas de ellas implementen algunas medidas tendentes a la reutilización del producto y no sepan que es una medida acorde con la economía circular.

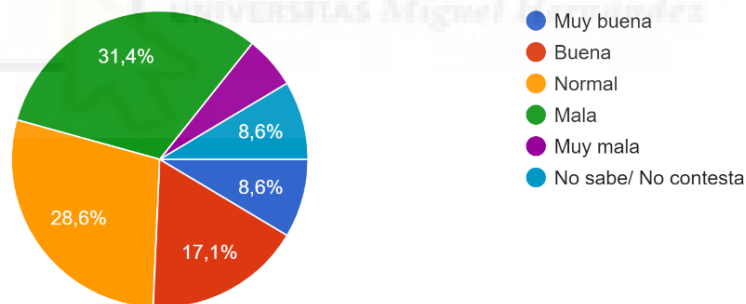
Por los resultados vistos en este bloque de preguntas sobre la sostenibilidad y el consumo y producción sostenibles. Observamos como el CPS es muy importante en el sector y la mayoría de las empresas establece medidas tendentes a favorecer el CPS, aunque, muchas de las empresas establecen medidas de CPS sin conocer realmente que

están siguiendo este ODS. Esto se debe a la desinformación que hay en el sector, dificultando una efectiva estrategia de implementación de los ODS. Ya que se debe empezar por el por entender los ODS y a continuación, seguir con los siguientes pasos, como hemos visto en este trabajo. Aparte, el tema de la comunicación, en la actualidad, es muy importante y la comunicación de avances de sostenibilidad puede llegar a ser una ventaja competitiva para las empresas, y que no están sabiendo aprovechar todas las empresas del sector. Para finalizar, observamos que, aunque el sector ha desarrollado durante los últimos años mucha mejoras y avances en cuanto a desarrollo sostenible, todavía tiene un amplio margen de mejora en lo referente a estrategias de sostenibilidad, a conocer y entender los ODS y los beneficios que aportan y el aprovechamiento de la ventaja competitiva que puede suponer su efectiva implementación.

Por último, pasaremos al análisis del último bloque de preguntas, tendentes a observar la percepción de los encuestados sobre la situación del sector en el futuro.

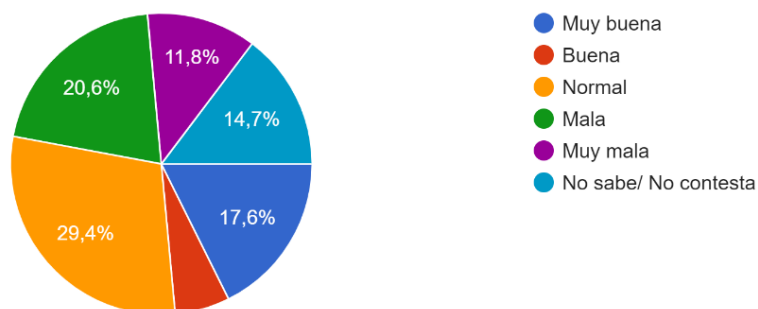
20. ¿Qué posición competitiva cree que va a tener el sector del calzado en la Comunitat Valenciana de aquí a 4 años?

35 respuestas



21. ¿Qué posición competitiva cree que va a tener el sector del calzado en la Comunitat Valenciana de aquí a 10 años?

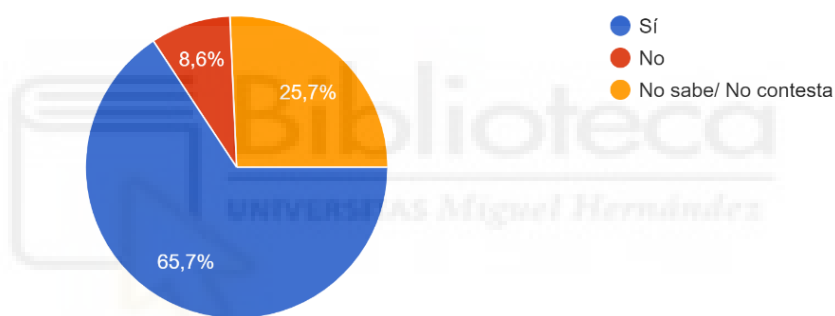
34 respuestas



En primer lugar, la previsión a vista 4 años es, con más de un 30% mala y si juntamos esta respuesta a la de los encuestados que han contestado normal, podemos observar cómo el 60% de los encuestados opinan que la posición competitiva en 4 años va a ser mala o normal. Por otro lado, se observa como los polos opuestos, es decir, la situación, muy buena o muy mala, no existen casi en el plazo o 4 años, sin embargo. En el plazo de 10 años, existe una mayor polarización en las respuestas, observándose también respuestas más extremistas. Esto es fruto a la incertidumbre que percibe en el sector del calzado en la CV. Sin embargo, la percepción de los encuestados no es buena, y se decantan más por una posición normal o peor.

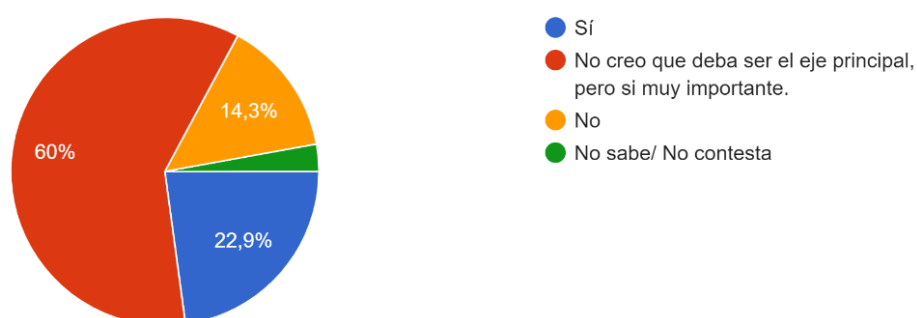
22. ¿Espera un crecimiento, en el sector en la Comunitat Valenciana, del número de medidas y acciones empresariales y legales en materia de sostenibilidad en los próximos 4 años?

35 respuestas



23. ¿Cree que la sostenibilidad puede ser un eje principal sobre el que basar el crecimiento de una empresa en el sector del calzado en los próximos años?

35 respuestas



En cuanto a la percepción de futuro sobre la sostenibilidad existe una respuesta bastante clara en la misma dirección. Esperando las empresas un mayor crecimiento en cuanto a medidas sostenibles en el sector. Además, observan que la sostenibilidad puede

ser un eje muy importante en cuanto al crecimiento de una empresa en el sector del calzado en los últimos años, aunque la mayoría establece que no debe ser el eje principal.

Pregunta 24. ¿Cuál cree que va a ser el aspecto (innovación tecnológica, sostenibilidad...) que va a tener más relevancia en el sector en general en los próximos años?

En este sentido las respuestas no tienen tanta dispersión como en las anteriores respuestas abiertas, en este caso hay 3 aspectos fundamentales que se repiten a lo largo de las respuestas.

La producción, destacando en las respuestas el control de costes de producción, el relevo generacional, la calidad del producto y su diferenciación y la capacidad para adaptarse con flexibilidad a los cambios de tendencias.

El segundo aspecto es la Innovación. En concreto, el aspecto más repetido es la innovación tecnológica, pero, también se hacen referencia al I+D, a la implantación de la IA, a la automatización de trabajos y la innovación del diseño. Por tanto, la innovación se percibe como un importante foco del cambio en todos los ámbitos y modalidades. El sector del calzado, por su situación actual de globalización, super competencia y moda fast fashion debe adaptarse con rapidez a las nuevas innovaciones y a las nuevas tendencias.

Por último, la sostenibilidad es el aspecto más mencionado, con 1 mención más que la Innovación. Los aspectos que más se destacan son, la reutilización del calzado usado, la reducción de emisiones CO2 y el reciclaje de materias primas. Por todo ello, la sostenibilidad va a ser un eje muy importante del cambio en el sector, y así lo perciben los directivos de las empresas del sector.

Como conclusión, en vista a los resultados de la presente encuesta, vemos como en la actualidad del sector, la exportación y la competencia internacional son los factores más relevantes. Unidos a una gran importancia de la sostenibilidad en los últimos años. Sin embargo, aunque existen bastantes prácticas y métodos de sostenibilidad en el sector, existe un amplio margen de mejora. En concreto, observamos una falta de información clara sobre los ODS y las posibilidades que ofrece una efectiva implementación de estos Objetivos, siendo un punto en que el sector puede y debe avanzar en los próximos años, ya que ofrecerá ventajas competitivas importantes, sobre todo en el apartado internacional.

Por otro lado, también vemos una falta de comunicación en cuanto a los avances de sostenibilidad. Siendo un papel clave mejorar la comunicación, sobre todo interna, pero, también externa, de los progresos que se realicen en cuanto a sostenibilidad. En este caso, la comunicación es un aspecto clave de una estrategia empresarial y vemos cómo las empresas del sector están desaprovechando oportunidades, en cuanto a la implementación efectiva de estrategias empresariales sostenibles, dejando de lado puntos muy importantes como, los ya mencionados, un correcto entendimiento de los ODS y la falta de comunicación efectiva. Si se consiguen realizar más estrategias previendo todos los pasos, 5 pasos SDG Compass y sus herramientas, mencionados en el trabajo, ayudaría a que las empresas del sector puedan tener un mayor control sobre los resultados y beneficios de su sostenibilidad.

Además, vemos como el CPS es uno de los aspectos más importantes en el sector. Por tanto, se deberán seguir implementando estas medidas tendentes a favorecer el CPS en el sector del calzado en la CV, manteniendo así las ventajas de este ODS, sobre todo es un aspecto diferenciador que puede mantener una buena posición competitiva de las empresas que lo implementen de manera efectiva.

En cuanto al futuro, vemos como la mayoría de encuestados no tiene una buena percepción sobre la futura posición competitiva del sector. Afecta el pesimismo debido a los últimos resultados en los años 2023 y 2024, y es que la situación del sector es complicada. Sin embargo, en los aspectos destacados por los encuestados de Innovación y Sostenibilidad, es donde está la clave de la supervivencia del sector. Si la industria del calzado en la CV centra sus esfuerzos en estos aspectos, la situación puede revertirse, como hemos visto hacer al sector en numerosas ocasiones. Está claro que deben producirse avances relativos a estos dos aspectos, ya que, hoy en día aún existe un gran margen de mejora, pero este margen es el que se debe aprovechar y el que suscita a unas buenas posibilidades de mejora del sector.

Por todo lo visto anteriormente, la sostenibilidad va a ser uno de los ejes principales en los próximos años para la determinación de la posición competitiva del sector del calzado en la Comunitat Valenciana. Observándose muchos aspectos de mejora, muchas oportunidades a aprovechar y muchos retos a superar, debiendo trabajar todos los actores del sector en una buena dirección para establecer una buena posición competitiva del sector en el futuro.

6. CONCLUSIONES

La actualidad de la industria del calzado está marcada por un entorno globalizado, híper competitivo y dominado por las grandes potencias productoras asiáticas. Ante este entorno general, el sector en la Comunitat Valenciana se presenta como un sector histórico, con gran experiencia y con capacidades de resiliencia, de flexibilidad y adaptabilidad a los nuevos cambios y tendencias, que permiten que el calzado de la CV siga teniendo una gran relevancia a nivel nacional e internacional.

Uno de los aspectos más importantes en la actualidad para el sector es la sostenibilidad. En concreto, las medidas sobre el consumo y producción sostenibles, sobre todo en materia de reutilización y reciclaje de materias primas y de gestión de residuos, son tenidas en consideración, cada vez en mayor medida, por todos los agentes del sector.

La implementación de dichas medidas de CPS conlleva una serie de retos y oportunidades, que, si las empresas del sector consiguen establecer de forma adecuada, van a suponer una ventaja competitiva importante para seguir compitiendo a nivel internacional. Sin embargo, aunque se han visto aumentadas en los últimos años estas medidas, todavía quedan muchos aspectos a mejorar.

En concreto, según lo visto en el TFG, mejorar en la estrategia de implementación de ODS es una tarea pendiente para la mayoría de las empresas del sector. La mayoría de las empresas del sector establece medidas de CPS sin conocer que estas medidas corresponden en realidad a un ODS, y no conocen los beneficios que puede traer fijar una estrategia de sostenibilidad específica basándose en algún ODS.

Por tanto, la falta de información clara acerca de los ODS y de las estrategias basadas en ellos, es un claro punto de mejora en el sector. Por otro lado, la comunicación, tanto interna como externa, de avances en materia de sostenibilidad es otro punto importante que mejorar.

Las medidas y regulaciones en cuanto a sostenibilidad y CPS van a verse incrementadas en los próximos años, articulándose estos conceptos como muy relevantes para el futuro del sector. Si las empresas del sector consiguen aprovechar las oportunidades de la sostenibilidad, consiguen mejorar en los aspectos mencionados y mantienen las fortalezas históricas del sector, el propio sector va a poder diferenciarse y conseguir una buena posición competitiva en el mercado internacional, manteniendo o aumentando su importancia.

7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Confederación canaria de empresarios, CECE Guía, *Guía para la implantación de los ODS en la PYME*, 2023.

GARCÍA, GARCÍA, Sara en, “Economía circular: 30 años del principio de desarrollo sostenible evolucionan en el nuevo gran objetivo medioambiental de la unión europea”, *Revista de Estudios Europeos*, N.º 71, 2018

Guía ODS, Retos y Oportunidades para el sector del Calzado, INESCOP, Cluster calzado innovación, 2020.

MIRANDA ENCARNACIÓN, José Antonio, en “*De la tradición artesana a la especialización industrial. El calzado valenciano, 1850-1930.*” Universidad de Alicante, *Revista de Historia Industrial* No 4, 1993. Págs. 11-20.

RINCÓN GÓMEZ, William Alley, en: “*Preguntas abiertas en encuestas ¿cómo realizar su análisis?*”, Dialnet, 2014, pág. 4.

WEBGRAFÍA

AEC asociados: <https://directorio.componentescalzado.com/>

AEC, Activa industria 4.0, disponible en: <https://componentescalzado.com/informacion-de-las-empresas/>

Alicante plaza, FUTURMODA 2024, disponible en: <https://alicanteplaza.es/rosana-peran-premio-isabel-ferrer>

Aquí medios de comunicación, El calzado y Elche, historia de una relación indivisible, disponible en: <https://aquimediosdecomunicacion.com/2019/02/15/el-calzado-y-elche-historia-de-una-relacion-indivisible/>

AVECAL, asociados: <https://avecal.es/asociados/>

AVECAL, Ayudas y Subvenciones medio ambiente, disponible en: <https://avecal.es/ayudas-y-subvenciones/medio-ambiente>

BOE.es, Código de Derecho de la Sostenibilidad, actualizado a agosto 2024. https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=335&modo=2¬a=0

Calzado y mucho más... disponible en :
<https://tirapie09.blogspot.com/2009/01/la-industria-en-la-comunidad-valenciana.html>

Última consulta: agosto 2024.

Consejo europeo, Pacto Verde Europeo, disponible en:
<https://www.consilium.europa.eu/es/policias/green-deal>

FICE, Exportaciones de calzado 2023, disponible en:
<http://www.fice.es/noticias/exportaciones-calzado023-3>

FUTURMODA, disponible en: <https://www.futurmoda.es/>

Gabinete de comunicación Generalitat Valenciana, disponible en:
<https://comunica.gva.es/es/detalle?id=382885282&site=373409432> última consulta:
septiembre 2024.

INE, Búsqueda en el directorio central de empresas del INE, CV, CNAE 15 y N
empresas. <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=39372&L=>

Informe de Progreso Actualizado (COP), Pacto mundial ONU Red española,
disponible en: <https://www.pactomundial.org/que-ofrecemos/informes-de-progreso/>
Última consulta: agosto 2024.

Informe del calzado en España, FICE, 2023 disponible en:
https://www.modaes.com/files/publicaciones/free/2023/informe_calzado_2023/#page=1

Informe integrado anual, Pacto Mundial Red española, 2023, disponible en:
https://info.pactomundial.org/memoria_pacto_mundial_onu_espana_2023

Informe sobre los ODS(The Sustainable Development Goals Report),2023,
versión en español disponible en: https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2023_Spanish.pdf?_gl=1*12qqwnf*_ga*MTY5Nzk5NzM4Ny4xNzE4MTg3ODMz*_g_a_TK9BQL5X7Z*MTcyMzczNzg1NC4yMy4xLjE3MjMzgwNTkuMC4wLjA

Inventario de Indicadores, SDG Compass, disponible en:
<https://sdgcompass.org/business-indicators/> Última consulta: Agosto 2024.

IVACE, Informe 2023 Calzado de Comunitat Valenciana.
https://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Sectores-enlaces/CALZADO2023.pdf

La Diputación, AVECAL y la UMH impulsan un análisis estratégico sobre el sector del calzado en la Comunitat Valenciana, 2024, disponible en: <https://www.diputacionalicante.es/noticias/la-diputacion-avecal-y-la-umh-impulsan-un-analisis-estrategico-sobre-el-sector-del-calzado-en-la-comunitat-valenciana/>

La Moncloa, gobierno de España, 2023, disponible en: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/exteriores/Paginas/2023/090223-ley-cooperacion-desarrollo-solidaridad.aspx>

Los diez principios disponibles en: <https://www.pactomundial.org/que-puedes-hacer-tu/diez-principios/>

Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, Informe de Progreso 2021, <https://www.mdsocialesa2030.gob.es/agenda2030/documentos/InfProg2021.pdf>

ONU, ¿En qué consiste el desarrollo sostenible? <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/>

ONU, ODS 12, disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
Última consulta: julio 2024.

ONU, Pacto mundial 20 años, disponible en: <https://www.pactomundial.org/ods/12-produccion-y-consumo-responsables/>

Pacto Mundial Red española, disponible en: <https://www.pactomundial.org/quienes-somos/>

PATSECOVA, disponible en: <https://www.patsecova.es/#>

Plan de acción para la implementación de la agenda 2030, disponible en: <https://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:6e0f06b9-a2e0-44c0-955a-dad1f66c11d7/PLAN%20DE%20ACCI%C3%93N%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20LA%20AGENDA%202030.pdf> Última consulta: julio 2024.

Programas aceleradores, ONU Pacto Mundial Red española, disponible en: <https://www.pactomundial.org/que-ofrecemos/aprendizaje/#programas-aceleradores>

SDG Compass: La guía para la acción empresarial en los ODS, https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/10/SDG_Compas_Spanish-one-pager-view.pdf

8. ANEXOS

ANEXO 1. Entrevista sobre Sostenibilidad en el sector del calzado en la CV.

1. ¿Cuál es la mayor oportunidad de crecimiento o situación provechosa que se observa en cuanto a la situación actual del sector?

2. ¿Cuál es la mayor amenaza o preocupación que se observa en cuanto a la situación actual del sector?

3. ¿Ha percibido un cambio importante en cuanto a sostenibilidad en el sector en los últimos 4 años?

- a) Sí
- b) No
- c) No sabe /No contesta

4. ¿En qué aspecto de sostenibilidad cree que el sector ha avanzado más en los últimos 4 años?

- a) Dimensión Medioambiental (respeto y cuidado medioambiente)
- b) Dimensión Social (acciones responsables socialmente)
- c) Dimensión Económica (prácticas económicas sostenibles)
- d) No sabe/ No contesta

5. ¿En los últimos 4 años su empresa ha seguido algún plan estratégico de sostenibilidad (objetivos y metas para avanzar de manera específica en materia de sostenibilidad)?

- a) Sí
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

6. ¿En su empresa existe un departamento específico dedicado a la sostenibilidad?

- a) Sí
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

7. ¿Existe o se promociona en su empresa información clara sobre que son los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) y los beneficios que se pueden obtener de su implementación?

- a) Existe información clara
- b) Existe algo de información, pero no muy clara
- c) No existe casi información
- d) No existe nada de información
- e) No sabe/ No contesta.

8. ¿Hay en su empresa algún plan de acción o medida acerca de algún objetivo o meta sostenible?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

9. ¿Si existe algún plan de acción o medida, se incluye algún objetivo o indicador concreto para algún ODS en particular (por ejemplo, para el ODS 12 reducir la huella de carbono en un x %)?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

10. ¿Podría nombrarme cuales son los ODS que más prioriza su empresa (de 1 a 3 ODS)?

11. ¿En su empresa se utilizan medidas para la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

12. ¿Se utilizan en su empresa medidas para la reducción y gestión responsable de productos químicos y desechos?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

13. ¿Su empresa cuenta con certificados o estándares oficiales de gestión ambiental (por ejemplo, normas UNE-ISO)?

- a) Sí
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

14. ¿Hay algún plan o medida para que su empresa incremente el número de certificados o estándares oficiales en materia de sostenibilidad en los próximos 4 años?

- a) Sí
- b) No
- c) No en los próximos 4 años, pero sí en un plazo más amplio.
- d) No sabe/ No contesta

15. ¿Cree que existe en su empresa una comunicación **interna** efectiva sobre los avances y resultados obtenidos en materia de sostenibilidad?

- a) Sí
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

16. ¿Cree que existe en su empresa una comunicación **externa** efectiva sobre los avances y resultados obtenidos en materia de sostenibilidad?

- a) Sí

- b) No
- c) No sabe/ No contesta

17. A través de que canales (por ej. Página web, RRSS, ...) se suelen comunicar los avances y resultados en materia de sostenibilidad a los grupos de interés (clientes, proveedores...), nombre los más importantes.

18. ¿Su empresa cuenta con alianzas con empresas que tengan un alto compromiso con los ODS y la sostenibilidad?

- a) Sí
- b) No
- c) No, pero en un futuro próximo es un objetivo
- d) No sabe/ No contesta

19. ¿Adoptan o van a adoptar un modelo de economía circular en la cadena de valor de la empresa en el corto plazo?

- a) Adoptamos un modelo de economía circular actualmente
- b) No, pero están previstas medidas para su adopción en el corto plazo
- c) No, ni se ha planteado la posibilidad de adoptarlo a corto plazo
- d) No sabe, no contesta
- e)

20. ¿Cree que el sector del calzado en la Comunitat Valenciana va a tener una buena posición competitiva de aquí a **4 años**?

- a) Sí
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

21. ¿Cree que el sector del calzado en la Comunitat Valenciana va a tener una buena posición competitiva de aquí a **10 años**?

- a) Sí
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

22. ¿Espera un crecimiento, en el sector en la Comunitat Valenciana, del número de medidas y acciones empresariales y legales en materia de sostenibilidad en los próximos 4 años?

- a) Sí
- b) No
- c) No sabe/ No contesta

23. ¿Cree que la sostenibilidad puede ser un eje principal sobre el que basar el crecimiento de una empresa en el sector del calzado en los próximos años?

- a) Si
- b) No creo que deba ser el eje principal, pero si muy importante
- c) No
- d) No sabe/ No contesta.

24. ¿Cuál cree que va a ser el aspecto (innovación tecnológica, sostenibilidad...) que va a tener más relevancia en el sector en general en los próximos años?

ANEXO 2. Selección de empresas para el estudio

CIF	Empresas
B54885381	1. 2B LABELS, S.L.
	2. 2A FOILS, S.L.
B53081436	3. ACABADOS PEGASA, S.L.
B54997994	4. ACCESSORI GODELA , S.L.
B03812864	5. ADETEX, S.L.
B03686763	6. ADORNOMETAL ZAPATA, S.L.

B03816725	7. ADORNOS CLEMENT, S.L.
B54567532	8. AG TEXTIL PARQUE EMPRESARIAL, S.L.
B03254059	9. CASTELL - ARTICULOS PARA CALZADO Y CINTURONES, S.L.
B54725213	10. CANDEL SUCEORES, S.L.
B03088291	11. C.I.C.A.S.A.
B54922539	12. BABALEDER S.L.
B03039476	13. ARTESA MANUFACTURAS, S.L.
B54830286	14. AGORA VILLENA S.L.
B54602248	15. ALGORÓS I MAS D, S.L.
A03077104	16. AMERICAN SUPPLY CORPORATION, S.A.
B54582887	17. ANADIA FUNDICIÓN, S.L.
A53075321	18. ANALCO AUXILIAR CALZADO, S.A.U
B53234951	19. ANATOMICOS DEL SURESTE S.L.
B03994688	20. ANTONIO BROTONS VALERO, S. L. U.
B53029153	21. ARBICUIR, S.L.
A03006749	22. CASTER, S.A.
B53368510	23. CASTEX FASHION, S.L.
A03966413	24. CAUCHOS DEL MEDITERRANEO, S.A.
A03988607	25. COLAS Y ADHESIVOS OBRADOR, S.A.

B53904843	26.	COMELZ CAD CAM ESPAÑA, S. L. U.
B03851912	27.	COMERCIAL ENRIQUE RUBIO S.L.
B03856218	28.	COMERCIAL INTACÓN, S.L.
B03822582	29.	COMERCIAL RASMER S.L.
B53085759	30.	COMERCIAL TEJIELDA, S.L.
A03030350	31.	COMERPLAST, S.A.
B03725918	32.	CREACIONES ANYSA, S.L.
B03697273	33.	CURTIDOS LAJARA S,L.
B03190832	34.	D´PLANTEX, S.L.
B54936638	35.	DECOPIEL SHOES, S.L.
B53911962	36.	DIVISIÓN DE SUELAS, S.L.U.
B03062098	37.	DUYBA, S.L
B02318582	38.	EGICAR VIRAS Y CERCOS, S.L.
B53008769	39.	ELDACORCHO, S.L.
B53152690	40.	ELDAPLANT , S.L.
B54923982	41.	CURTYPLAST TRADING S.L.U
B03569944	42.	RIERA (TECNOTAC, S.L.U)
B53037065	43.	ETIQUETAS DEL MEDITERRANEO, S. L.
B03568169	44.	SERIADORNOS, S.L.
B03712510	45.	FORNITURAS L. MORA, S.L.

B54980396	46. FRANCISCO CÓRCOLES S.L.U.
B54915863	47. GABRIEL POVEDA FERRIOLS, S.L.(Poveda Textil)
A03033909	48. GILMA TECHNOLOGY, S.A.
B03192457	49. GRABADOS IBARRA, S.L.
B42562322	50. GRUPO COMPLEMENTOS PARA EL CALZADO LUX S.L.
B54266200	51. GRUPO CUIRTEC S.L.
B10984383	52. GRUPO KAREY MEDITERRANEO S.L.
B42566778	53. GRUPO MILAN
B03186319	54. HERMANOS BENEIT & TACOHORMA, S.L.
B53220224	55. HIJOS DE OSCAR BOTELLA SEMPERE, S.L.
B03152113	56. HILOS Y CINTAS, S.L.
B03084217	57. HORMAS AGUILERA, S.L.
B54370788	58. IDELLA PIEL SL
A03005543	59. INDACA, S.A.
A46010476	60. INDUSTRIAS DEL CURTIDO S.A.
B03063203	61. INDUSTRIAS GRAFICAS DEL ENVASE, S.L.
A46068284	62. INDUSTRIAS PELETERAS, S.A.
B03061124	63. INSOCO, S.L.
B54769732	64. INSOLETEC, S.L.

B03304789	65. EUSTAQUIO CANTÓ CANO, S.L.
B54675467	66. P. L. CRISPIN 1972, S.L.
A03127420	67. PLAGINSA (PLANCHAS DE GOMA INDUSTRIAL, S.A.)
B03672623	68. PLASTICUERO, S.L.
B53813259	69. TECNOADORNOS DEL SURESTE, S.L.(Britigraf)
B03056934	70. JOSE FERRANDEZ ANDRES, S.L.
B03048469	71. JOSE GISBERT S.L.
A03064094	72. JOSE PEREZ HERNANDEZ, S. A.
B03155819	73. JUAN POVEDA, S.L.
B53814414	74. MIPE TEXTIL, S.L.
B53044061	75. T.L. SAN MARTÍN, S.L.
B42671727	76. INVERCUR INTERNATIONAL 2019, SLU
B53960225	77. INYECTADOS MEGA, S.L.
B99088148	78. INYECTADOS RIO ARANDA S.L
B54627765	79. INYECTADOS ZAMORA S.L.
B54693445	80. ISISI TREND DESIGN, S.L.
B03887023	81. J. BERNAD COMPLEMENTOS, S.L.
B03042447	82. JOAQUIN GALLARDO E HIJOS, S.L.
B53628319	83. LÁTEX DEL MEDITERRÁNEO, S.L.
B53508339	84. LOGISTICA DEL CURTIDO SL

B03966231	85. LOTOPLANT, S.L.
B53195194	86. M.G.A. ARTICULOS, S.L.
B50611136	87. MANUFACTURAS CEIMAR, S.L.
B02589471	88. MAQUINARIA FRACOR, S.L.U.
B03945755	89. MARÍA VICTORIA CALLEJA, S.L.
B03126448	90. MAYTEVAL, S.L.
B54514708	91. MB MIBOR INTERNACIONAL, S.L.U.
B54900394	92. METALICAS IDELLA, S.L.
B06944896	93. TEXLESS ECOFABRICS, S.L.U
B03869393	94. TEXPIEL (Textiles y Artículos para el Calzado, S.L)
B03150307	95. TEXTIGOR, S.L.
B03290137	96. VIFAMA, S.L.
A03779949	97. UNISA EUROPA SA
B03503034	98. GIOSEPPO SLU
A03355450	99. INDUSTRIAL ZAPATERA SA
B54517834	100. STUDIO ILANA SL
B53212247	101. MANUFACTURAS NEWMAN SL
B03469327	102. DISGRAMARC SL
B96779012	103. NAVIMA CALZADOS SL
A03326121	104. EMBOGA SA

A53156683	105. CREACIONES SW SA
B03748613	106. MILA Y PEDRO GARCIA SL
B30466783	107. NEW ROCK-SHOES SL
B81230070	108. LAKESHOE SL
A03141348	109. PEDRO INIESTA SA
B42751024	110. STALWART LEATHER SL.
A53458972	111. SELCONET SA
B54429287	112. LUXURY BAG SL

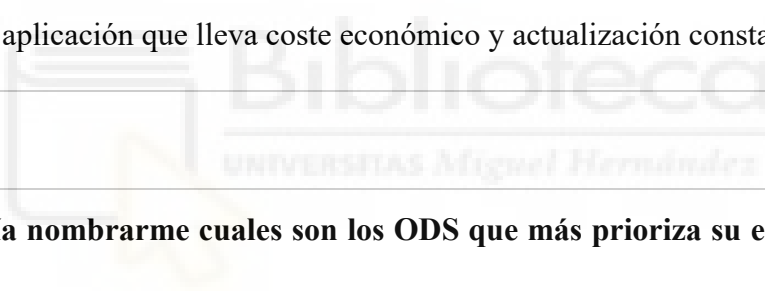
ANEXO 3. Respuestas abiertas cuestionario online

<p>1. ¿Cuál es la mayor oportunidad de crecimiento o situación provechosa que se observa en cuanto a la situación actual del sector?</p>
Venta al exterior
profesionalidad, calidad y servicio
En nuestra empresa de componentes la EXPORTACION
Que cambie la nº 2
DIFERENCIACION, ESPECIALIZACION
ninguna
Estrategia de internacionalización e innovación

No sabe/no contesta
Calzado más ambientalmente sostenible
Adaptación a las nuevas tecnologías, inteligencia artificial
En nuestro sector que es un comercio de compra/venta de accesorios para calzado, nuestra oportunidad de crecimiento es acudir a ferias a exponer el producto para captación de clientes.
En lanzar nuevos productos de fabricación
No se observan demasiadas oportunidades
el diseño
LA EXPORTACION
Busqueda de interes por parte de clientes internacionales en el producto español
En éstos momentos ninguna
No lo se
Nuevos mercados emergentes
EN ESTE MOMENTO,,, NINGUNA....
La sostenibilidad y el confort
CURTIDO VEGANO O SOSTENIBLE
La falta de fábricas de calidad
AFIANZAMIENTO DE RELACIONES A LARGO PLAZO PROVEEDOR-CLIENTE

EN ESTOS MOMENTOS NO HAY OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO REAL
LA INNOVACION
LAS EXPORTACIONES
MERCADOS INTERNACIONALES
Limitar importaciones
La sostenibilidad aplicado al modelo de negocio de las empresas, es un factor importante, para nuestro crecimiento.
2. ¿Cuál es la mayor amenaza o preocupación que se observa en cuanto a la situación actual del sector?
Venta en España
el mercado chino
Deslocalizacion de la fabricacion
Cada vez el sector nacional se reduce ante el cierre de marcas españolas y la llegada máxima de calzado chino, turco o indio. No hay medidas restrictivas para la importación pero si muchas para la exportación de nuestros productos. España es demasiado permisiva
La actual situacion economica Europea
COMPETITIVIDAD
la falta de pedidos, la caída del consumo, la guerra de Ucrania, la fabricación exterior y las trabas administrativas para cumplir medidas de mierda medioambientales

Descenso del consumo, barreras administrativas, incremento costes laborales, falta de mano de obra profesional
No sabe/no contesta
Altos costes laborales y de materias primas.
Perder el tren de las nuevas tecnologías
Asia. Mucha competitividad en cuanto a la relación calidad/precio.
La temporada de invierno no se fabrica casi nada por el cambio climático y tendencias.
El sector del calzado está en una preocupante situación de caída
el coste
LA INCERTIDUMBRE DE LAS VENTAS
Precios del sector y competencia internacional
La fuerte bajada de la facturación
La desviación de trabajo a otros países
el bajo consumo de la gente
Guerras, escasez de MP, incremento de precios,...
DESLOCALIZACION DE LA PRODUCCION, DIFICIL COMPETIR CON ASIA
La inestabilidad socio-política y la inflación
Cambio del comportamiento del consumidor, uso de calzado de textil, baja calidad, precio bajos

La competitividad de producciones económicas fuera de Europa y el cambio de mentalidad de los consumidores
SER POCO REACTIVO Y FLEXIBLE
QUE NO ESTA DE MODA EL ZAPATO DE SEÑORA EN ESTOS MOMENTOS.
FALTA MANO DE OBRA
LAS GUERRAS Y LOS CONFLICTOS INTERNACIONALES
Los impagados
MUCHA COMPETENCIA Y CADA VEZ SE FABRICAN MENOS PARES
Las amenazas más acuciantes son las diferentes leyes que se ponen en vigor en poco tiempo, y con una aplicación que lleva coste económico y actualización constante.

10. ¿Podría nombrarme cuales son los ODS que más prioriza su empresa (de 1 a 3 ODS)?
no sabe/no contesta
El empleo de productos certificados por la U.E.
REDUCCION DE CONSUMO ELECTRICO, REDUCCION DE COMBUSTIBLES.
reduccion huella de carbono
No sabe/no contesta
6, 12 y 13

Reducción del plástico y reutilización de envases
No
1
NO SABE / NO CONTESTA
Implantación de energía solar para autoconsumo Gestión de residuos Reducción de huella de carbono
REUTILIZACION DE MATERIAS Y COMPONENTES Y AUTOCONSUMO DE ENERGIA
De momento, ninguno
TODO UN POCO,
1º) Ciudades sostenibles 2º) Energía sostenible 3º) Consumo y producción responsables
uso de productos quimicos sostenibles
Energías renovables
Salud y Bienestar, Industria, innovación e infraestructura y alianzas para lograr objetivos
REDUCCIÓN CONSUMO ELECTRICO, DIGITALIZACIÓN DOCUMENTAL, REUTILIZACIÓN FABRICACIÓN
NO SABE NO CONTESTA
NINGUNO

NINGUNA
Demanda de mercado
ODS 4, 7, 10, 17
17. A través de que canales (por ej. Página web, RRSS, ...) se suelen comunicar los avances y resultados en materia de sostenibilidad a los grupos de interés (clientes, proveedores...), nombre los más importantes.
Mail. Redes sociales. Página Web
web
Las medidas puntuales no las revelamos de manera tan abierta
web y envío de certificados a los clientes
WEB Y RRSS
a traves del canal del Taibilla
calcula de huella de carbono
Página web
No los conozco
no
RRSS y PAGINA WEB
instragram, linkedin

Linkedink, instagram,facebook, pagina web
NO TENEMOS REDES SOCIALES Y NUESTRA WEB ESTA PENDIENDE DE RENOVACION POR QUEDARSE OBSOLETA.
Ninguno
WEB Y CERTIFICADOS
Web de los Proyectos, RRSS, CEEL, Institutos Tecnológicos,...
Correo electrónico y auditorías
Memoria de Sostenibilidad, Web, RRSS
PAGINA WEB E INSTAGRAM
NO SABE NO CONTESTA
NINGUNA
Web
Página web, RRSS, email a clientes, magazine interna.
24. ¿Cuál cree que va a ser el aspecto (innovación tecnológica, sostenibilidad...) que va a tener más relevancia en el sector en general en los próximos años?
Reducción emisiones CO2
innovación tecnológica
Control de costes de producción

La reutilización del calzado usado
Innovacion
INNOVACION TECNOLOGICA
El aspecto laboral y la innovación tecnológica
No sabe/no contesta
Innovación y sostenibilidad
Innovación tecnológica. Asunción de la inteligencia artificial en la tecnología
Pienso que tanto la innovación tecnológica como la sostenibilidad van a ser los factores de crecimiento mas relevantes en los próximos años.
Pues en mi sector como cambian tanto las tendencias no sé como va afectar.
EL RELEVO GENERACIONAL
sostenibilidad
Innovación tecnológica, competitividad
NO LO SE
Innovación tecnológica, calidad
INNOVACION Y SOSTENIBILIDAD
Todos los aspectos tendrán importancia: I+D , sostenibilidad y productividad.
INNOVACIÓN

Recambio generacional; capacidad de adaptarse a las nuevas necesidades de consumidores y nuevas marcas
Productividad
PRODUCTOS MÁS SOSTENIBLES
INNOVACION TECNOLÓGICA
CALIDAD Y AUTOMATIZACION DE TRABAJOS
Innovación tecnológica
Innovación tecnológica, implantación de la IA, digitalización, sostenibilidad.

