

NOVES TENDÈNCIES EN LA CREACIÓ I GESTIÓ D'EMPRESSES SOCIALS: CASOS D'ESTUDI (II)

Coordinadora: Teresa M^a Monllau Jaques

IAIOS, un exemple de disseny circular aplicat a la indústria tèxtil

Autors

Patrícia Crespo Sogas

Professora. Tecnocampus. Universitat Pompeu Fabra de Barcelona (UPF)

Teresa M^a Monllau Jaques

Professora agregada. Universitat Pompeu Fabra (UPF)



OBJECTIU DEL CAS

Analitzar l'impacte i la viabilitat d'un model de producció basat en el concepte d'economia circular en el sector tèxtil.

IAIOS és una empresa familiar catalana del sector tèxtil que confecciona jerseis com els d'abans: elaborats en un 100% amb matèries primeres reciclades i pensat per a durar molts anys. El seu model de producció està basat en la utilització de fil reciclat, la fabricació local i el disseny circular.

A través del cas l'estudiant podrà analitzar com, mitjançant la implantació d'un model d'economia circular en la producció tèxtil, és possible impulsar un model de negoci exitós. Les claus han estat l'experiència dels seus propietaris en el món de la indústria tèxtil així com el model de producció. Ara el seu gran repte serà aconseguir un increment de la seva facturació a través de l'expansió internacional.

La finalitat d'aquest cas és que l'estudiant analitzi l'evolució en el mercat de l'empresa i com, a través de la seva actuació, l'empresa contribueix a la consecució dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) que fan referència al treball digne i creixement econòmic (ODS 8), a la producció i al consum responsable (ODS12) i a una acció pel clima (ODS13).

El cas pot ser proposat a estudiants de l'àrea de gestió comercial i de màrqueting.

1. LLUMS I OMBRES DEL SECTOR TÈXTEL I DE LA MODA

El sector tèxtil és un dels més importants a nivell global. D'acord amb l'*Elle Mac Arthur Foundation* ha doblat el seu volum de producció en els últims 15 anys. Representa 1,3 trilions de dòlars de la indústria global i dona treball a més de 300 milions de persones (*Elle Mac Arthur Foundation, 2017*).

També és un dels que estan sent més qüestionats en els últims anys per l'efecte que el seu creixement desmesurat té en el medi ambient, en les condicions de treball i defensa dels drets humans dels treballadors i en la salut de les persones. Segons l'ONU, la indústria de la moda és la segona més contaminant del món; produeix més emissions de carboni que tots els vols i enviaments marítims i cada any llança al mar 3 tones de microfibra que equival a 3 milions de barrils de petroli¹. La producció mundial de roba i sabates genera un 8% de les emissions globals dels gasos d'efecte hivernacle. El *Pulse Score*, índex que mesura l'evolució del comportament mediambiental i social de la indústria de la moda indica que l'avanç entre 2017 i 2018 és solament de 6 punts i que encara queda molt per realitzar².

Si es continua treballant amb el model actual, les emissions de gasos contaminants d'aquesta indústria augmentaran quasi un 50% en el 2030³. Olga Algayerova, secretària executiva de la Comissió Econòmica de les Nacions Unides per a Europa (UNECE), afirma que “la indústria de la moda ha de canviar els seus engranatges i ha de ser responsable amb el medi ambient”⁴.

1.1. EL CONSUM DE L'AIGUA I DE LA INDÚSTRIA TÈXTIL

La indústria tèxtil és el segon consumidor d'aigua a nivell mundial per darrera de la indústria energètica. A més, produeix el 20% de les aigües residuals que es generen a escala global (UNECE, 2018). Segons el *Textile Research Institute* (AITEK) el gran consum d'aigua té lloc bàsicament en dues etapes: la tintura de les fibres i el procés de finalització dels teixits. Un altre dels passos que consumeix força aigua és el de l'obtenció de les matèries primeres com el cotó, el lli... etc⁵.

1. ONU, 2019 a <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>

2. <https://www.commonobjective.co/article/what-you-can-do-to-improve-fashion-s-pulse-score>

3. PNUMA a <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>

4. <https://www.modaes.es/back-stage/la-onu-califica-la-industria-del-fast-fashion-como-emergencia-medioambiental.html>

5. <https://www.iagua.es/noticias/aguada-garcia-durango/15/04/23/agua-e-industria-textil-grandes-companias-examen>

AITEX, després de realitzar un estudi en què es comparen els processos eco amb els processos tradicionals, conclou que les alternatives eco analitzades suposen una menor petjada de carboni amb reduccions d'impacte en relació a l'alternativa convencional d'entre un 30% i un 90%. La taula de reduccions obtinguda queda tal i com es veu a la Figura 1.

ALTERNATIVA	REDUCCIÓ
Pretractament	99,34%
Acabat-Suavitzat	81,95%
Personalització	56,64%
Tintura tints reactius	29,58%
Tintura tints naturals	50,13%
Laminació	39,18%
Blanquejat	94,56%

Taula 1: reduccions d'impacte en el medi ambient com a conseqüència d'utilització de sistemes de producció "Eco". Font: AIETEX (<https://www.aitex.es/?s=consumo+agua>)

D'altra banda, l'AIETEX fa unes recomanacions a seguir amb l'objectiu de reduir la petjada de carboni que es poden veure a la Taula 2.

TRACTAMENT	ALTERNATIVA ECO	RECOMANACIÓ
Pretractament	Plasma corona	Reduir el consum energètic de l'equip corona.
Acabat-Suavitzat	Micronitzat	Reduir el consum energètic de l'equip de micronitzat i del compressor de l'aire.

Personalització	Làser	Reduir el consum energètic de l'equip de làser.
Tintura tints reactius	Micronitzat	Reduir el consum energètic degut a l'escalfament de l'aigua.
Tintura tints naturals	Micronitzat	Reduir el consum energètic degut a l'escalfament de l'aigua, com el degut al funcionament de la rentadora.
Laminació	Calandratge	Reduir el consum energètic de l'equip.
Blanquejat	Ozó	Reduir el consum energètic de l'equip i del compressor de l'aire.

Taula 2: recomanacions a seguir amb l'objectiu de reduir la petjada de carboni.

Font: AIETEX (Font: <https://www.aitex.es/?s=consumo+agua>)

1.2. CONDICIONS LABORALS EN LA INDÚSTRIA TÈXTIL I EL MÓN DE LA MODA

Les condicions laborals en la indústria tèxtil i de la moda comencen amb el cultiu i la collita de les matèries primeres com el cotó i el lli, ja que hi ha molts països com l'Uzbekistan i la Índia on es permet que els nens participin en aquest procés. Tot això comporta que els nens i les nenes no tinguin accés a l'educació i siguin explotats i exposats a pesticides i condicions ambientals. Un cop més son les nenes les que pateixen les pitjors condicions. Les nenes són més obedients i són sotmeses mitjançant abusos físics e inclús sexuals.

La idea de indústria del cuir a països com Índia i Pakistan està relacionada amb la utilització del treball infantil.

Una gran part de marques han traslladat la seva producció o part d'ella a països amb economies i amb salaris baixos. En aquests mercats dicten els preus, el volum i la qualitat de la producció sense preocupar-se de l'impacte que això pot tenir sobre les persones que treballen allí. Segons un informe de *La Campaña Ropa Limpia: Salarios dignos 2019* el model de negoci de les marques és la raó per

la qual realment les persones treballadores segueixen sumides a la pobresa. D'acord amb el mateix informe, la millora en les condicions laborals pot generar un efecte dòmino sobre altres vulnerabilitats laborals com les hores extres excessives, l'habitatge precari, la mala alimentació, els problemes de salut i el risc del treball infantil.

L'Uzbekistan és un exemple clar de treball i explotació infantil. En aquest país el cultiu del cotó representa el 20% del PIB. Uzbekistan és el tercer exportador mundial. El treball infantil està consentit pel govern. La gran pressió internacional des de Nacions Unides a la Unió Europea, passant moltes vegades per la pressió de grans multinacionals del sector tèxtil, ha donat petits resultats i ha permès la inspecció d'observadors internacionals. Han acceptat treballar en un programa de l' Organització Internacional del Treball per erradicar les pràctiques de treball infantil i forçat.

Birmània és un destí popular per a la indústria de la moda, ja que ofereix salaris baixos i tarifes d'importació i exportació favorables. La legislació d'aquest país permet treballar fins a 60h a la setmana, és legal que els nens de 14 anys treballin un màxim de 4 h. Diàries. La majoria de les treballadores d'aquestes fàbriques son dones. És el centre de producció més barat per a països com Tailàndia o Cambodja.

Un 11% de la població infantil mundial està obligada a treballar en condicions que son un atac als drets humans. Malgrat tot, l'Organització Mundial del Treball afirma que des de l'any 2000 hi ha prop de 78 milions menys de nens que treballen. En el període 2000/2012 la reducció de nenes treballadores ha estat d'un 40% mentre que la dels nens ha estat d'un 25%.

2. REACCIONS

Les situacions que hem descrit en els apartats anteriors han provocat reaccions tant entre els productors com entre els consumidors que han tingut com a principal conseqüència, encara que d'una manera discreta, els canvis en formes de producció i de consum.

Lucia Musau, *influencer* i model, afirma que “la moda ràpida és un gran obstacle per a la sostenibilitat. Hi ha una forta pressió per consumir més. Els etiquetats de la roba haurien de ser més específics, per tal que la gent conegui el que compra. Cal un canvi de mentalitat sobre la producció i el consum excessiu”.

Persones de prestigi reconegut en el món de la moda com el dissenyador Armani qüestionen el model de “disseny, manufactura i lliurament” basat en el consum massiu i la superproducció, sense tenir en compte el medi ambient. Per al dissenyador, la situació d'emergència sanitària que estem patint en el 2020 pot ser un bon moment per al canvi i pot suposar una oportunitat per tornar a donar valor a l'autenticitat. Armani ha declarat: “El moment que estem travessant és turbulent; però ens ofereix l'oportunitat única d'arreglar allò que està malament, d'eliminar el que és superflu, de trobar una dimensió més humana. Aquesta potser és la lliçó més important d'aquesta crisi. Sempre he cregut en el concepte l'elegància atemporal. No és solament un codi estètic, també és una manera de fer roba que suggereix una forma precisa de comprar-la. És a dir, per a que duri”.

Al maig del 2017 *La Make Fashion Circular* es va promocionar com la *Circular Fibres Initiative* a la *Copenhagen Fashion Summit*. Aquesta iniciativa reuneix diversos subsectors de la indústria de la moda, diverses marques, ciutats, ONG... L'objectiu d'aquesta iniciativa és estimular el nivell de col·laboració i innovació necessària per a crear una nova economia tèxtil que estigui d'acord amb els principis de l'economia circular. Si la indústria rescata materials que estan en ús, pot desenvolupar unes noves oportunitats econòmiques que reduiran els costos mediambientals. A aquesta iniciativa es van unir diferents marques força conegudes en el món de la moda com Burberry, Inditex i H&M group.

H&M, una firma de moda que ha estat en el punt de mira per les condicions laborals en les que s'elaboren les seves peces de roba, va emetre a la pàgina web del grup un comunicat en què afirma que “Estem compromeses amb el respecte dels Drets Humans en les nostres operacions, en la nostra cadena de producció i en les comunitats en què estem presents. A més, intentem evitar qualsevol impacte negatiu en els dret humans i utilitzem la nostra influència

per a promoure el respecte d'aquests Drets Humans". D'altra banda, des de fa molts anys llicencien col·leccions en les que el reclam cap al consumidor és que són respectuoses amb el medi ambient.

Ecoalf, marca creada al 2009 per Javier Goyeneche, té com a objectiu fabricar la primera generació de productes de moda confeccionats amb materials reciclats de la mateixa qualitat, disseny i propietats tècniques que els millors productes no reciclats. D'aquesta manera demostra que no és necessari seguir abusant dels recursos naturals del planeta de forma indiscriminada.

Cada cop l'anomenada "moda ecològica" és més important i es posiciona com una alternativa viable al consum desenfrenat. Tot això s'ha traduït en la proliferació de marques que mimen la natura i els seus treballadors sense renunciar al disseny emparades sota el paraigua de l'*Slow Fashion*. Barcelona ha estat una de les ciutats pioneres i és on s'organitza un dels festivals de moda sostenible amb més pes del Mediterrani: la *BCN Ethical Fashion Fest (BEFF)*.

3. ECONOMIA CIRCULAR

Estem en un món en què cada vegada els recursos són més escassos i on no sabem què fer amb els residus. Segons l'*Ellen Mac Arthur Foundation*, es perden més de 500 bilions de dòlars com a conseqüència de l'absència de reciclatge. Moltes vegades els productes són utilitzats durant un període de temps inferior a un any. Després de ser utilitzats, un 87% de la fibra utilitzada en l'elaboració de roba es llança a abocadors o s'incineren. Aquest sistema genera pressió sobre els recursos, contamina i degrada els sistemes en què actua.

L'economia circular és un nou model econòmic que pretén transformar els patrons de producció i consum de la societat per aconseguir un sistema productiu sostenible. L'economia circular diferencia entre els cicles tècnics i els cicles biològics. Els cicles tècnics busquen que el disseny dels productes permeti que siguin

reutilitzables. El cicle biològic tracta de regenerar els residus de manera que es reincorporin a la naturalesa.

Cada cop és més clar que s'ha de passar de fluxos de matèria i energia lineals a fluxos de matèria i energia circulars. En el cas de la Unió Europea la denominada “economia de cicles tancats” ha passat a ser una prioritat. En aquest entorn, a Espanya s'han incrementat les accions en l'àmbit de la circularitat. Aquestes accions han rebut el suport de la Unió Europea i s'estan focalitzant cap a nous models de negoci, sistema productiu i formes de consum. Segons COTEC (2019) el nombre de casos d'economia circular identificats en el 2019 va ser el triple dels que identificaven en l'informe realitzat en l'any 2017. En aquest moment, des del Ministeri s'està elaborant “*Una estratègia de Economia Circular 2030*”.

En aquesta línia estan sortint noves iniciatives, en el món de la moda, que aposten per una economia circular en el sector tèxtil amb l'objectiu d'aconseguir la reparació i reciclatge de la roba abans que llençar-la. Podem trobar un exemple d'aquesta filosofia en diferents marques com Patagonia que dona instruccions en el seu lloc web sobre la reparació i reciclatge dels productes tèxtils ; Levi Strauss & Co. s'ha associat amb Evrnu per crear els primers texans elaborats amb cotó reciclat. L'empresa IAIOS va ser un exemple d'aquest tipus d'empresa que l'any 2016 va optar pel disseny circular.

4. IAIOS: HISTÒRIA I FILOSOFIA DE L'EMPRESA

IAIOS neix d'una empresa familiar catalana de l'àrea del Vallès Oriental que es dedica a la producció i venda del tèxtil des de fa 5 generacions: la família Barbany. L'any 1895 el besavi dels actuals propietaris, Joan Barbany, va obrir la primera botiga (1895) (Figura 1). Uns anys més tard, a 1935, va obrir una fàbrica de punt a Granollers. Als anys 90 la família va crear una marca, IAIOS, que va desaparèixer per manca de conscienciació respecte la sostenibilitat en el tèxtil i sobre els teixits reciclats. Aquell moment

va coincidir amb una forta crisi del sector tèxtil que va obligar a tancar moltes fàbriques.

L'any 2016 el seu besnet Amadeu (botiguer) i els rebesnets Bernat (biòleg) i Gemma (dissenyadora) van recuperar la marca emmarcant-la en un model de producció i de disseny d'economia circular. La unió d'aquestes dues generacions formava un equip en el que s'unia l'experiència, el coneixement tècnic i la gestió empresarial.



Figura 1: la botiga de la família Barbany a l'any 1895. **Font:** laios

La creació de la marca IAIOS va plantejar la fabricació d'un tipus de jersei diferent. La família Barbany volien produir alguna cosa més que un altre producte en un mercat tan saturat i cruel com el de la moda; volien dotar a la peça de valor, no només social sinó ecològic. Per aquest motiu van decidir utilitzar fil reciclat, una tècnica que ja feien servir els avantpassats de la família. A més, els dissenys havien d'estar basats en un patró molt senzill i atemporal per dotar a la peça de roba de la màxima durabilitat. No posarien cremalleres ni botons, ni altres teixits que dificultessin el reciclatge de la peça un cop s'acabés la seva vida útil. D'aquesta manera, estaven posant un producte al mercat que no acabaria essent un residu.

Quan es va plantejar la reaparició de la marca van voler donar més força al concepte "avis" o "iaios", ja que recollia la filosofia de les col·leccions: jerséis creats per durar, fets com abans, utilitzant matèries primeres, ma d'obra i processos de producció de proximitat. A més, el concepte d'economia circular resumia la filosofia de vida dels avis dels consumidors, a qui anaven dirigides les col·leccions: consum moderat, estalvi i qualitat en la confecció. Per donar més

força als valors de la marca i dels seus protagonistes, els IAIOS, les referències dels diferents models porten el nom d'una àvia o avi dels que es poden aprendre coses. L'etiqueta de cada jersei va acompanyada de la biografia de l'avi; per exemple, la referència d'un jersei de ratlles fines de colors es "Lindgren" en homenatge a l'escriptora sueca creadora del personatge "Pippi Lagstrumpf", (Figura 2). Un model d'espiga es diu "Avi Amadeu" en homenatge al rebesavi dels actuals propietaris Amadeu Barbany i Pons, empresari i intel·lectual que va ser la font d'inspiració del projecte. La selecció dels avis és totalment casual; cada vegada que els arriben propostes de persones grans que van fer coses interessants en guarden la referència. Quan tenen 14 o 15 avis la vida i els valors dels quals s'alineen amb els valors i filosofia que vol transmetre la marca, redacten les biografies corresponents i els atribueixen una referència de model amb les que aquest iaio es pot identificar. Un resum de la biografia es posa en una petita cartolina que és l'etiqueta del jersei. Una de les últimes referències que han estat creades és la del IAIO Josep Bové i Blanch, un conegut rapsode del Vallès que tenia com a referència poetes catalans com Foix, Maragall, Sagarra, Carner, Espriu o Martí i Pol, entre d'altres.

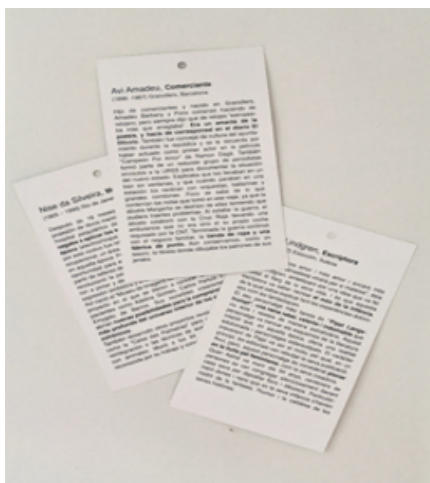


Figura 2: Etiquetes iaio. **Font:** IAIOS

5. EL MODEL DE PRODUCCIÓ DE IAIOS

El projecte té tres bases fonamentals:

1. Producció amb fil reciclat,
2. Fabricació local i
3. Disseny circular.

Un cop dissenyada la col·lecció realitzen la comanda de fil. El fil es fa a Olot, en una filatura familiar, Vila i Planella, fundada el 1990, dedicada al reciclatge tèxtil de matèries i recuperació tèxtil¹, que gestionen residus tèxtils de tota mena. IAIOS els compra els cons de fil 100% reciclat per colors. Els retalls que sobren de les diferents fàbriques de confecció es recullen i es porten a la filatura.

El procés de fabricació del fil consisteix a separar els sobrants per colors i triturar-los per fer la “borra”. Seguidament es fan proves de color barrejant diferents colors de borra per aconseguir el to idoni. Després es combinen aquestes borres en grans quantitats i es porta a terme l’ensimatge. Aquest procés serveix per humitejar les borres abans de posar-les a la filadora i utilitza una quantitat molt mínima d’aigua.

Les llanes humides i reposades es posen a la màquina filadora, on es separa i pentina la llana fins donar-li una forma allargada i contínua que es diu la “metxa”. Seguidament se li dona la torsió a la metxa per convertir-la en fil. Aquest procés de reciclatge té un impacte mediambiental molt reduït, ja que solament utilitzen un 1% de l’aigua utilitzada per les filatures convencionals. Tampoc utilitzen tints.

El regenerat de llana destaca per la seva durabilitat i resistència en comparació amb altres materials. El fil s’envia a Igualada on es teixeix i es confecciona el jersei. Els diferents models de IAIOS tenen un disseny senzill que fan de la peça, un jersei actual i alhora atemporal. Estan pensats perquè es puguin portar molt de temps.

1. <http://vilaplanella.com/>

El jersei s'envia a Granollers, des d'on s'etiqueta, es distribueix, es controla l'estocatge i es fa la gestió. La botiga de Granollers, anomenada DRACS, (Figura 3), ven la marca IAIOS i altres productes de proximitat i disseny. Tots els productes que s'hi poden trobar tenen valors mediambientals, socials, tradicionals... (Figura 4). A la botiga de Granollers, a més de vendre els jerséis també es fa tota la gestió, disseny, distribució i estocatge de la marca.

Quan es va organitzar la distribució geogràfica dels productes es va buscar un procés de filatura i de confecció de punt que fos el més proper possible. El recorregut de la producció és d'aproximadament 108 km, fet que redueix al mínim la petjada ecològica del producte.



Figura 3: botiga DRACS, Granollers. **Font:** laios



Figura 4: productes laios 2020. **Font:** laios

A continuació un vídeo que il·lustra la marca i la seva feina:

<https://www.youtube.com/watch?v=JQgfqQtRuZY&t=4s>

6. IAOS: IMPACTE EN EL MEDI AMBIENT. REDUCCIÓ DE RESIDUS, DEL CONSUM DE L'AIGUA I LA PETJADA DE CO₂

6.1. REDUCCIÓ DE RESIDUS I DEL CONSUM D'AIGUA

Una vegada el jersei ha arribat al final de la seva vida útil, el client el pot enviar als seus productors per tal que sigui reciclat. Per iniciar aquest procés, el client ha d'entrar al web de l'empresa i enviar un correu a IAIOS. IAIOS els informarà de les possibles maneres que tenen per enviar/portar la peça que volen reciclar. IAIOS comenta que aquest procés encara està per estrenar ja que l'empresa és jove i la peça de roba de IAIOS dura molt.

Una altra via de reciclatge que potencia IAIOS és la del sobrant de fil que tenen altres fabricants de teixits. L'empresa afirma que han rebut moltes trucades d'aquests fabricants. En aquest cas s'informa a l'empresa d'on enviar els seus retalls per tal que siguin reciclats. Bàsicament, els posa en contacte amb la filatura. Aquest procés és una segona via en la que participa IAIOS per tal de reduir residus. El fet que per a la fabricació de jerséis, IAIOS no apliquin producte tintat suposa una reducció important de l'ús de l'aigua.

6.2. PETJADA CO₂

Segons la fundació *Ellen McArthur*, si es duplica el nombre de vegades que es duu una peça de roba, les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle (GEH) es redueixen un 44%. La fabricació d'un jersei 100% acrílic equival a 2,82 kg de CO₂.

IAIOS no fabrica amb fibres verges, sinó que ho fa amb fibres reciclades. Aquest fet suposa un estalvi important de CO2.

La distància recorreguda en el transport del material en tot el seu procés de fabricació és de 108 km en furgoneta. Això equival a 51kg de CO2.

L'empresa compensa l'emissió de CO2 que fa, amb tres seguidors solars instal·lats al parc fotovoltaic de Navés. Aquest parc fotovoltaic el formen petits accionistes amb l'objectiu de contribuir amb la millora del medi ambient. Van ser pioners en fer energia neta per compensar la que consumeixen de la xarxa. L'any 2019 van produir 52000 Kwh.

IAIOS també va participar en un projecte a la Sierra del Segura (Albacete) on va plantar 3.000 arbres. El projecte es deia "Maderas Nobles de la Sierra". L'empresa va invertir durant 10 anys en aquest projecte. L'objectiu de la participació en aquest projecte era compensar el CO2 de les emissions dels desplaçaments de les persones de l'empresa. El projecte no va funcionar. Hi va haver una suspensió de pagaments. IAIOS va perdre els diners i els arbres. L'empresa reconeix que quan s'inverteix en projectes innovadors sempre hi ha riscos.

7. IAIOS: EVOLUCIÓ DE LES VENDES I EL MERCAT

Els principals competidors de IAIOS son:

- **Sweater House** que fabrica roba amb llana i cotó reciclats. El cotó utilitzat és cotó orgànic índic (teixits tenyits amb índic). Reciclen el sobrant de cotó de la producció realitzada. El cotó orgànic que utilitzen és cultivat en terres certificades lliures de substàncies tòxiques i tot tipus de pesticides i insecticides. Solament fan roba d'home i aposten per una col·lecció atemporal.

- **Two shirts** és una marca sostenible de Barcelona fabricada a Portugal. Fabriquen no solament jerseis, també fabriquen altres tipus de peces com samarretes, pantalons o jaquetes i roba de bany que està fabricada amb plàstic reciclat. L'empresa té una visió internacional ja que té presència a Espanya, Alemanya, Argentina, Canadà, Itàlia, Sud de Corea... Preus una mica més alts.
- **Xisqueta** és un projecte que recupera l'ovella xisqueta del Pirineu català. Treballen per la recuperació de l'ofici artesà i la posada en valor de l'ovella de raça Xisqueta i Merino de la península. Ha protegit a pastors i han creat un col·lectiu d'artesans que transformen la llana. En el seu procés de màrqueting destaca la figura del pastor i de l'artesà. Preus més alts i una llana molt difícil per fer jerseis.
- **Marcelinus** i Integra, que es defineixen com una entitat privada sense ànim de lucre, declarada entitat pública, de àmbit comarcal (La Garrotxa) que va ser creada al 1968. La finalitat és oferir recursos assistencials per a millorar la qualitat de la vida de les persones amb discapacitat intel·lectual, trastorn mental o alteracions en el desenvolupament.
- **Babaa Knitwear** marca de jerseis que té com a principal valor la sostenibilitat per la qual cosa utilitza materials locals i naturals. És una marca de jerseis "made in Spain". Combinen tècniques artesanes amb procediments respectuosos amb l'entorn.

Les diferències de IAIOS en relació a aquests competidors son les següents:

- Solament fan jerseis de punt.
- Les peces que fabriquen son 100% reciclades i d'economia circular "zerowaste".
- Estan fabricats íntegrament a Catalunya.
- La imatge i el disseny és molt acolorida.

- Solament tenen un patró de noi i un de noia. A partir d'aquests patrons surten diferents models, combinacions, talles...
- Cada jersei té un nom i cognom (+ una biografia)

7.1. LA VENDA ON-LINE

La venda On-line va començar a Iaios a l'any 2016. Des de llavors, el percentatge de venda sobre el total de vendes de IAIOS no ha parat de créixer tal i com es veu a la Taula 3.

ANY	PERCENTATGE DE VENDA ON-LINE SOBRE EL TOTAL DE VENDES
2016	5,88%
2017	20,04%
2018	22,59%
2019	28,47%
2020	30,06%*

Taula 3: evolució del percentatge de venda on-line sobre el total de vendes de l'empresa IAIOS (2016-2020). **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades facilitades per IAIOS.

(*) Fins 28/5/2020.

No solament ha crescut l'impacte de la venda “on-line” sinó que també han incrementat els seguidors a les xarxes socials. (Figures 5 i 6). La companyia s'està plantejant apostar un reforçament de la venda “on-line” ja que el fet de tenir l'exclusiva d'aquesta els permet transmetre els valors de la marca i arribar a molta més gent. Per aquest motiu, l'empresa ha subcontractat els servei de publicitat i de màrqueting online a diverses empreses. La primera d'elles (entre març i novembre del 2019) no va funcionar per la qual cosa a desembre del 2019 van canviar d'empresa. Des de llavors han crescut molt en vendes (Taula 4).

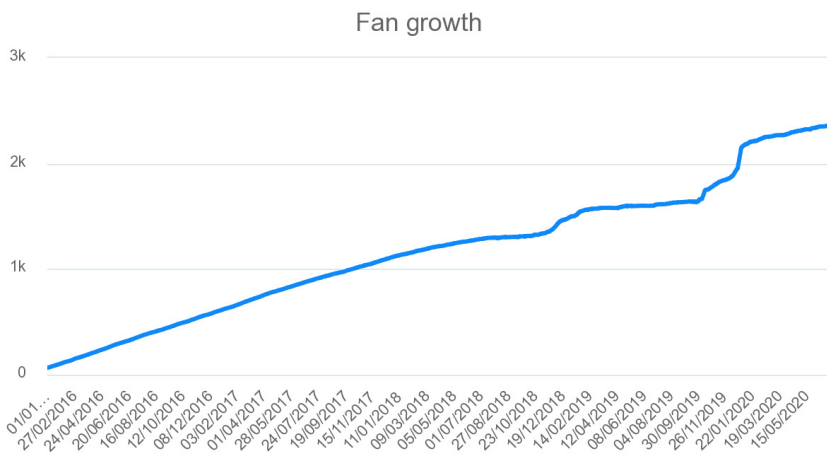


Figura 5: creixement dels seguidors a Facebook, 2016-2020. **Font:** laios

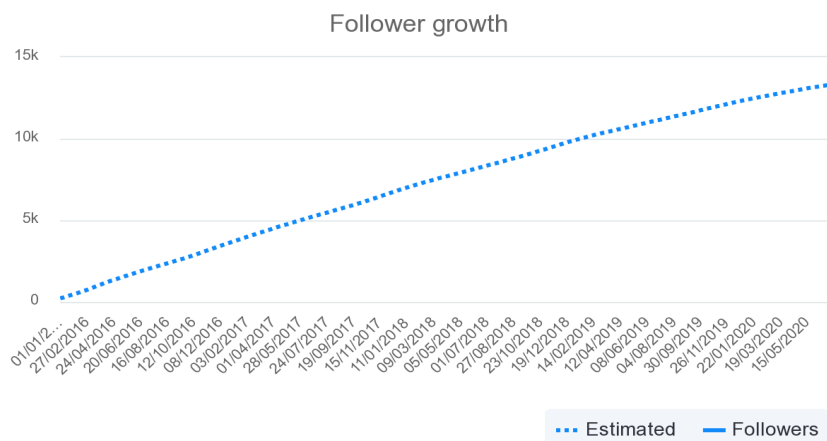


Figura 6: creixement dels seguidors a Instagram, 2016-2020. **Font:** laios

ANY	UNITATS	IMPORT	DIFERENCIA UNITATS	%	DIF €
2016	13	717,00 €			
2017	159	8.344,40 €	146	1123,08%	7.627,40 €
2018	284	16.895,00 €	125	78,62%	8.550,60 €
2019	627	37.693,78 €	343	120,77%	20.798,78 €
2020	560	21.603,80 €	-67	-10,69%	- 16.089,98 €
TOTAL	1083	63.650,18 €			

Taula 4: dades sobre el percentatge de les vendes on line. *Dades 2020 fins 30/6/2020

Font: empresa IAIOS.

Tal i com indica la Taula 5, les vendes “online” de jerseis i samarretes s’han incrementat molt en l’últim any.

01/01 a 30/06 2019		01/01 a 30/06 2020	
UNITATS	IMPORT	UNITATS	IMPORT
80	4.320,70 €	560	21.603,80 €
INCREMENT		600,00%	400,01%

Taula 5: vendes “on-line” de jerseis i samarretes amb el percentatge d’increment de vendes respecte a l’any anterior. **Font:** empresa IAIOS.

D’altra banda, l’empresa s’està plantejant potenciar la venda de samarretes per trencar la forta estacionalitat que té la venda de jerseis, tal com es veu a la Figura 7.

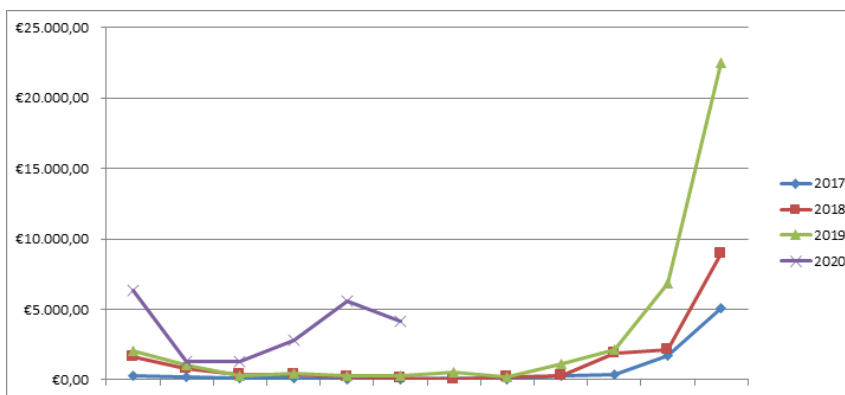


Figura 7: evolució de les vendes de jerséis al llarg dels anys. **Font:** empresa IAIOS.

La Taula 6 13 proporciona informació de la venda “on-line” separada per jerséis i samarretes.

ANY	JERSEIS		SAMARRETES	
	UNITATS	IMPORT	UNITATS	IMPORT
2016	13	717,00 €	0	0,00 €
2017	156	8.249,50 €	2	58,00 €
2018	259	15.862,10 €	21	706,90 €
2019	545	35.193,58 €	82	2.510,10 €
2020	148	9.264,00 €	406	12.239,70 €
TOTAL	1121	69.286,18 €	511	15.514,70 €

Taula 6: venda “on-line” de jerséis i samarretes. Dades del 2020 fins a 30/6. **Font:** IAIOS.

La companyia creuen que estan a prop d’arribar a la maduresa. Són coneguts en el mercat català i poc arreu d’Espanya i del món. Com a reptes de futur es plantegen obrir-se a mercats internacionals.

8. PREGUNTES

- Indica quins ODS es veuen afectats com a conseqüència de la producció del sector tèxtil i quin es poden millorar i com a conseqüència de les noves tendències de producció que s'estan implantant.
- Factors que cal que l'empresa analitzi a l'hora de plantejar-se una possible internacionalització dels seus mercats.

9. BIBLIOGRAFIA

9.1 REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- ACCIÓ (2019). Tèxtil i moda a Catalunya. Píndola sectorial https://www.accio.gencat.cat/web/.content/banconeixement/documents/pindoles/Textil_pindola-sectorial_2019.pdf. (Disponible 28/6/2020).
- AITEX i mesures per fer la indústria més ecològica: <https://www.aitex.es/?s=consumo+agua>. (Disponible 9/6/2020)
- Alterwoman Consultora (2019). El trabajo infantil en el mundo de la moda. Parte I: el cultivo del algodón. <https://www.alterwomanmodaetica.es/que-sabemos-del-trabajo-infantil-en-el-mundo-de-la-moda/> (Disponible 9/6/2020)
- Cámara Argentina de Comercio y Servicios. Informe sobre Economía Circular. https://www.cac.com.ar/data/documentos/21_Informe%20sobre%20Econom%C3%ADa%20Circular.pdf (Disponible 8/6/2020)
- Campaña ropa limpia, Setem, Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament i Isabel Martin Foundation. Salarios dignos 2019. Análisis de los salarios den la industria textil global. <https://ropalimpia.org/noticias/salarios-dignos-2019-analisis-de-los-salarios-pagados-en-las-fabricas-de-la-industria-textil-global/>

- COTEC (2019). Situación y evolución de la Economía Circular en España. Informe 2019. <https://cotec.es/media/informe-cotec-economia-circular-2019.pdf>
- Ellen Macarthur Foundation and Circular Fibres Initiativ. A new textiles economy: redesigning Fashion's future. (2017) https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf
- European Commission (2019). Report from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions. On the implementation of the Circular Economy Action Plan. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019DC0190&from=EN>
- H&M. The H&M Way.
- https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/es_ci/hm-way/HM%20Way_es_ci.pdf
- IAIOS. Nota de prensa. https://cdn.shopify.com/s/files/1/0085/9802/8324/files/Presentacio_IAIOS_h19_fulleto.pdf?44151.
- Theuws, M., Overeem P., Centre for Research on Multinational Corporations (SOMO), Action Labor Rights (ALR), Labour Rights Defenders and Promoters (LRDP) (2017). The Myanmar Dilemma. Can the garment industry deliver decent jobs for workers in Myanmar?. <https://www.somo.nl/the-myanmar-dilemma/>
- Oficina Internacional del trabajo (OIT). Resultados y tendencias 2012-2016.
- Resumen ejecutivo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---ipec/documents/publication/wcms_596481.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. Informe mundial de 2015 sobre el trabajo infantil. Allancar el camino hacia el trabajo decente para los jóvenes. https://www.ilo.org/ipec/Informationresources/WCMS_372648/lang--es/index.htm

- Ropa Limpia. Informe salarios dignos 2019. Análisis de los salarios pagados en las fábricas de la industria tèxtil global. https://ropalimpia.org/wp-content/uploads/2017/08/TailoredWages-FP_ES_Baixa.pdf
- UNECE. Fashion and the SDGs: What role for the UN?. https://www.unece.org/fileadmin/DAM/RCM_Website/RFSD_2018_Side_event_sustainable_fashion.pdf

9.2 WEBGRAFIA

- Armani espera un cambio en la moda <https://www.lavanguardia.com/gente/20200418/48594980944/armani-moda-criticas-coronavirus.html> (Disponible 29/4/2020)
- Ester Xicota <https://www.esterxicota.com/estadisticas-moda-sostenible/> (27/5/2020)
- Fases en una estratègia de internacionalización <https://www.eaprogramas.es/internacionalizacion/fases-en-una-estrategia-de-internacionalizacion> (Disponible 28/6/2020)
- Make Fashion Circular <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/our-work/activities/make-fashion-circular>
- 50 Marcas de moda sostenible. <https://elbiensocial.org/tiendas-online-de-moda-sostenible-y-responsable-en-espana/> (Disponible 29/4/2020)
- Make Fashion Circular <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/our-work/activities/make-fashion-circular>
- Moda sostenible otra forma de entender el negocio tèxtil. <https://blog.oxfamintermon.org/moda-sostenible-otra-forma-de-entender-el-negocio-textil/> (disponible 29/4/2020)

- La moda ecològica treu pit. https://www.ara.cat/estils/moda-ecologica-treu-pit_0_1475252479.html (disponible 8/6/2020)
- Objetivos de Desarrollo Sostenible (2019): <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161> (Disponible 21/5/2020)
- Proceso de internacionalización de empresas: ¿Cómo internacionalizar tu compañía? <https://www.apd.es/proceso-de-internacionalizacion-empresas/> (Disponible 28/6/2020)
- ¿Cuánta agua llevamos encima?
https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2012/08/26/agua-llevamos-encima/0003_201208G26P32991.htm (Disponible 28/6/2020)



Patricia Crespo

patricia.crespo@upf.edu

Teresa M^a Monllau

teresa.monllau@upf.edu

Per disposar de la nota pedagògica del cas,
podeu fer la consulta via email.

Entitats col·laboradores

