

INVEST ÍNDICE

- Tipos de índices:

1. ****Políticas y Compromisos****: En esta sección, revisamos qué políticas y procedimientos divulgan las marcas tanto a nivel de empresa (en relación con las operaciones propias de la empresa en oficinas centrales, tiendas, almacenes e instalaciones de producción propias) como a nivel de proveedor (Código de conducta o documento de orientación al proveedor para su cadena de suministro). Marcas como Balenciaga, Gucci, y Saint Laurent sobresalen con un 98% de transparencia en sus políticas y compromisos sociales y ambientales. En general, las marcas muestran más transparencia en esta sección, aunque algunas (30 de 250) puntúan muy bajo, revelando escasas políticas.
2. ****Gobernanza****: En esta sección, tratamos de entender quién es responsable del desempeño y los impactos sociales y ambientales en la empresa. En primer lugar, analizamos si las marcas publican los datos de contacto directo de un departamento relevante, como el equipo de sustentabilidad o responsabilidad corporativa. Marcas como Balenciaga, H&M, y Adidas alcanzaron un 100% en gobernanza, incluyendo responsabilidad ambiental y derechos humanos a nivel directivo. Sin embargo, 41 de las 250 marcas no revelan información sobre su gobierno, mostrando poca transparencia en la toma de decisiones internas.
3. ****Trazabilidad****: En esta sección esperamos que las marcas publiquen sus listas de proveedores en tres niveles: fabricación, instalaciones de procesamiento y fábricas, y materias primas. También buscamos detalles adicionales como la dirección del proveedor, el número de trabajadores, el desglose por género, el número de trabajadores migrantes, la representación sindical y cuándo se actualizó la lista por última vez, así como si las listas de

las marcas están disponibles públicamente y en consonancia con el Estándar de datos abiertos para el sector de la indumentaria a fin de que la información sea fácil de usar para los sindicatos y las ONG. También verificamos si las marcas son o no contribuyentes activos al Open Supply Hub para permitir la colaboración y el acceso eficiente a los datos para las partes interesadas afectadas. Por primera vez este año, incluimos indicadores sobre el consumo de energía y agua en el nivel 1 y el nivel de procesamiento que valen cero puntos para comprender mejor la situación. Un 52% de las marcas revela su red de fabricantes de primer nivel. Gucci lidera con 96%, seguido de Calzedonia Group y United Colors of Benetton con 93%. Aún así, casi la mitad de las marcas no revela información sobre sus proveedores, señalando una falta de trazabilidad en la cadena de suministro.

4. ****Saber, Mostrar y Arreglar****: Esta sección evalúa cómo las marcas verifican y mejoran las condiciones laborales en sus cadenas de suministro. Las marcas con mayor puntaje son Kmart Australia y Target Australia (88%), pero el 86% de las marcas aún obtienen menos de la mitad de los puntos disponibles, lo que evidencia falta de transparencia en estos esfuerzos.

5. ****Destacar Problemas****: Esta sección destaca varios problemas, que este año son:

- Trabajo decente, que abarca: trabajo forzoso, salarios dignos, prácticas de compra, sindicalización y negociación colectiva
- Igualdad de género y racial
- Abastecimiento y materiales sostenibles
- Consumo excesivo, modelos de negocio, residuos y circularidad
- Agua y productos químicos, cambio climático, combustibles fósiles y biodiversidad.

OVS lidera en este apartado con 74%. A pesar de algunos avances, el 93% de las marcas no supera el 50% de transparencia en temas críticos como salarios dignos, igualdad de género y racial, sostenibilidad de materiales, y cambio climático.

- Aplicación

