

ÍNDICE:

RESUMEN.....	Pág. 5.
--------------	---------

CAPÍTULO 1.

1. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

1.1 ORIGEN Y EVOLUCIÓN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA.....	Pág. 6.
1.2 DEFINICIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA...	Pág. 7.
1.3 DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	Pág. 9.
1.4 ELEMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.	Pág. 10.
1.5 ENTORNO EXTERNO E INTERNO.	Pág. 10.
1.6 APLICACIÓN DE RSC EN LA EMPRESA.	Pág. 11.
1.6.1 MOTIVADORES.	Pág. 11.
1.6.2 FACTORES QUE EJERCEN PRESIÓN SOBRE EL SECTOR PRIVADO EN EL ÁMBITO DE LA RSC.	Pág. 12.
1.7 BENEFICIOS DE LAS ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.	Pág. 12.
1.8 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA VISTA DESDE LA EMPRESARIEDAD.	Pág. 14.

CAPÍTULO 2.

2. ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE INDITEX.

2.1 DESCRIPCIÓN GRUPO INDITEX.	Pág. 17.
-------------------------------------	----------

2.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA GRUPO INDITEX.	Pág. 18.
2.2.1 PRINCIPIOS GRUPO INDITEX.	Pág. 18.
2.2.1.1 CÓDIGO DE CONDUCTA Y PRÁCTICAS RESPONSABLES.	Pág. 19.
2.2.1.1.1 COMITÉ DE ÉTICA.	Pág. 20.
2.2.2 SOSTENIBILIDAD GRUPO INDITEX.	Pág. 22.
2.2.2.1 GESTIÓN SOSTENIBLE.	Pág. 22.
2.2.2.1.1 COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS.	Pág. 23.
2.2.2.2 PRODUCTO.	Pág. 24.
2.2.2.2.1 ESTÁNDARES DE SALUD, SEGURIDAD Y SOSTENIBILIDAD.	Pág. 24.
2.2.2.2.2 CONTROLES EXHAUTIVOS.	Pág. 25.
2.2.2.2.3 EL EXAMEN DE UNA PRENDA.	Pág. 26.
2.2.2.2.4 LABORATORIOS DE REFERENCIA.	Pág. 27.
2.2.2.2.5 MATERIAS PRIMAS.	Pág. 28.
2.2.2.2.6 POLÍTICA DE RESPETO A LOS ANIMALES.	Pág. 28.
2.2.2.2.7 USO Y FIN DE VIDA DEL PRODUCTO.	Pág. 29.
2.2.2.3 EMPLEADOS.	Pág. 30.
2.2.2.3.1 VOLUNTARIADO.	Pág. 30.

2.2.2.3.2 INTEGRACIÓN.	Pág. 31.
2.2.2.3.3 FOR&FROM.	Pág. 32.
2.2.2.3.4 IGUALDAD Y CONCILIACIÓN.	Pág. 33.
2.2.2.3.5 POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD.	Pág. 34.
2.2.2.4 PROVEEDORES.	Pág. 35.
2.2.2.4.1 PLAN ESTRATÉGICO 2014 - 2018. ..	Pág. 36.
2.2.2.4.2 CÓDIGO PARA FABRICANTES Y PROVEEDORES.	Pág. 36.
2.2.2.4.3 PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO. .	Pág. 38.
2.2.2.4.4 AUDITORÍAS SOCIALES Y PLANES CORRECTIVOS.	Pág. 38.
2.2.2.4.5 TRAZABILIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO.....	Pág. 40.
2.2.2.4.6 CLUSTERS.	Pág. 40.
2.2.2.4.7 CASOS DE ESTUDIO.	Pág. 40.
2.2.2.5 COMUNIDAD.	Pág. 41.
2.2.2.5.1 INVERSIÓN EN PROGRAMAS SOCIALES.	Pág. 41.
2.2.2.5.2 PROYECTOS CLAVE INDITEX.	Pág. 42.
2.2.2.5.3 CASH FLOW SOCIAL.	Pág. 43.
2.2.2.5.4 AYUDAS A RANA PLAZA.	Pág. 44.
2.2.2.6 MEDIO AMBIENTE.	Pág. 45.

2.2.2.6.1 AGUA.	Pág. 45.
2.2.2.6.2 ENERGÍA.	Pág. 46.
2.2.2.6.3 BIODIVERSIDAD.	Pág. 47.
2.2.2.6.4 TIENDAS ECOEFICIENTES.	Pág. 48.
2.2.2.6.5 FABRICACIÓN.....	Pág. 48.
2.2.2.6.6 LOGÍSTICA.	Pág. 49.

CAPÍTULO 3.

3. OPINIÓN DE LOS CONSUMIDORES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE INDITEX.	Pág. 51.
--	----------

CAPÍTULO 4.

4. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN.

4.1 CONCLUSIONES.	Pág. 57.
4.2 LIMITACIONES.	Pág. 57.
4.3 LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN.	Pág. 58.

CAPÍTULO 5.

5.BIBLIOGRAFÍA.	Pág. 60.
----------------------	----------

RESUMEN.

El presente trabajo tiene como objetivo investigar y analizar la importancia que conlleva para las empresas la realización de tareas y medidas de Responsabilidad Social Corporativa, analizando qué beneficios le reporta tanto a la organización como a la sociedad. Para ello he elegido el Grupo Inditex para analizar el proceso de una gestión sostenible.

A través del Grupo Inditex pretendo mostrar en qué consisten las medidas de Responsabilidad Social Corporativa, así como las relación con organizaciones sociales y sindicatos.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, sociedad, globalización y sostenibilidad.

ABSTRAC.

This paper aims to investigate and analyze the importance that it has for companies conducting measures on Corporate Social Responsibility, which brings them benefits both for the organization and trade unions. For this I have chosen the Inditex Group that analyze the process of sustainable management.

Through the Inditex Group I intend to show what the measures of corporate social responsibility, and the relationship with social organizations and unions are.

Key words: Corporate Social Responsibility, society, globalization and sustainability.

CAPÍTULO 1:

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

1.1 ORIGEN Y EVOLUCIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

A pesar de todo lo que hemos evolucionado como seres humanos y del desarrollo que han alcanzado algunos países, además de las nuevas tecnologías e investigaciones, seguimos encontrando en el mundo problemas que no hemos sido capaces de resolver como humanidad:

- Pobreza y analfabetismo.
- Crisis poblacional.
- Conflicto global.
- Problemas medioambientales.

Todo esto se ve reflejado en desigualdad social, pobreza extrema, personas que no han podido terminar sus estudios, grupos excluidos y vulnerables, población que envejece con mala calidad de vida, corrupción, manifestaciones en las calles, descontento social en numerosos países, calentamiento global, mala calidad del aire y del agua...

Para aportar la solución de estos problemas (desde la perspectiva empresarial), se creó la Responsabilidad Social Corporativa.

La RSC nace en el primer cuarto del siglo XX y se fortalece en los años 50 y 60. Se inicia con la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, ésta debe devolverle a la sociedad los beneficios que genera por ese uso.

Estas corrientes han ido evolucionando con el paso de los años. Así como en un comienzo solo se hablaba de que eran las empresas responsables de esto, en la actualidad se han sumado organizaciones de responsabilidad civil, del Estado y de las ONG, entre otras. Inicialmente se realizaban acciones de filantropía (Regalos a fundaciones u hogares, entrega de materiales a colegios, aportes en dinero...) y ahora se asocia más a la gestión. Las organizaciones deben hacerse cargo de su cadena de valor, de los impactos negativos y positivos de las tareas de su organización, de los productos y servicios que ofrecen, de la calidad de vida de los trabajadores...

En España, la RSC tiene su origen a finales de los años 90 a través de la Asociación de Instituciones de Inversión colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO), que introduce el concepto de Inversión Social Responsable siguiendo las tendencias mundiales de RSC. Las organizaciones sociales intentaban fomentar el ahorro responsable, si bien para poder incluir empresas españolas en las carteras de determinados fondos de inversión y de otros productos éticos financieros era necesario conocer la situación del entramado empresarial español en este ámbito.

Por otra parte, la cada vez mayor internacionalización de las empresas españolas provocó que la sociedad se preocupara por el comportamiento de estas empresas fuera de nuestras fronteras. Los grupos de interés presionaron hasta transformar progresivamente los valores y perspectivas de la actividad empresarial. Actualmente, los empresarios cada vez están más convencidos de que el éxito comercial no se limita solo y exclusivamente a la maximización de beneficios a corto plazo, sino que también hay que tener un comportamiento orientado al mercado, pero de manera responsable.

Progresivamente, un mayor número de empresas son conscientes de que pueden contribuir al desarrollo sostenible orientando sus operaciones con el fin de favorecer el crecimiento económico y aumentar su competitividad, al tiempo que garantizan la protección del medio ambiente y fomentan la responsabilidad social (incluidos los intereses de los consumidores). Ello, unido a las recientes tendencias de transparencia e información que en la actualidad se exigen a las empresas, ha dado lugar a que muchas de ellas hayan comenzado a elaborar y publicar informes con las actuaciones responsables en los ámbitos laboral, social y medioambiental que han llevado a cabo durante el año.

1.2 DEFINICIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

Una de las definiciones más conocidas es la de la Comisión Europea (*Libro Verde*, 2001, p.7): *"La RSC es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales e ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores"*.

Podemos también citar algunas de las principales definiciones de RSC existentes:

- *"La Responsabilidad social Corporativa" (RSC) es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus*

actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sobre la sociedad en general.

Implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto" (Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa en España, Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa, 2014, p. 5).

"La RSC es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales" (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social).

"La manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley" (Organización Internacional del Trabajo "OIT", Manual para empleadores y empresas, Programa Especial para Combatir el Trabajo Forzoso, 2009, p. 14).

"La RSC se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSC es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración" (Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas).

"La Responsabilidad Social Corporativa es el conjunto de obligaciones legales (nacionales e internacionales) y éticas de la empresa, que surgen de la relación con sus grupos de interés y del desarrollo de su actividad, y de la que se derivan impactos en el ámbito social, medioambiental, laboral y de derechos humanos en un contexto global [...]. La RSC incluye el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas

internacionales en vigor. Tiene carácter global, es decir, afecta a todas las áreas de negocio de una empresa y sus participadas y en todas las áreas geográficas en donde desarrolle su actividad. Afecta por tanto a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien. Además, la RSC comporta compromisos asumidos voluntariamente por las empresas que se convierten en obligación desde el mismo momento en que se contraen públicamente" (ONG Intermón Oxfam, Política de Responsabilidad Social de Intermón Oxfam, 2009, Pág. 4).

"RSC es esencialmente un concepto por el que las compañías deciden voluntariamente contribuir a una mejor sociedad y a un ambiente más limpio" (European Green Paper, 2001, Pág. 5).

" RSC es el compromiso de una compañía de operar de manera económica y ambientalmente sostenible mientras reconoce los intereses de su público de interés (inversionistas, clientes, empleados, socios de negocios, comunidades locales, ambiente y sociedad en general" (Canadian Business for Social Responsibility).

1.3 DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

Basándome en la información obtenida de páginas webs especializadas y en la revisión de la literatura sobre este tema, existen principalmente 3 dimensiones del término RSC, las cuales son: la sociedad, la responsabilidad y la empresa.

- La sociedad:

Constituye el entorno dentro del cual adquiere sentido la RSC. La sociedad democrática actual es pluralista y tienen su base en el respeto de ciertos derechos y libertades públicas, así como en la prevención sobre la excesiva acumulación de poder por parte de cualquier pequeño sector de la población.

Un aspecto primordial de esta responsabilidad y que caracteriza a la RSC es que tal responsabilidad debe ir más allá de aquella exigida en virtud de la regulación aplicable en materia social y ambiental. En consecuencia, la observación rigurosa de la legislación vigente es el punto de partida de la RSC. Pero en modo alguno este concepto puede utilizarse como forma de sustituir o evitar la exigencia de regulación en materia social y ambiental.

- La responsabilidad.

- Las empresas.

1.4 ELEMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

Según la Teoría de la "Ciudadanía empresarial", definida por la World Economic Forum de 2002 y posteriores (dirigida por Klaus Schwab), elementos de la Responsabilidad Social Corporativa son:

- Compromiso de las empresas: Se refiere a la responsabilidad o compromiso de las compañías de operar de tal forma que agregue valor a la sociedad.
- Decisión voluntaria: Varias definiciones resaltan el enfoque de carácter exclusivamente voluntario de la RSC y no regulada por ley.
- Beneficios para la sociedad y público de interés: Comunidades, clientes, proveedores, empleados y familias como parte de la sociedad que debe beneficiarse de las operaciones de la empresa.
- Conducta ética: La ética se mueve más allá de las expectativas tradicionales de los negocios, e incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significa práctica de negocios aceptable.
- Desempeño ambiental: Aunque la RSC es un concepto amplio que atañe a varios aspectos de la operación del negocio en distintos ámbitos, también tiene un desempeño en el cuidado y protección del medio ambiente.
- Adaptabilidad: Es importante diseñar un modelo de RSC que considere las particularidades del entorno en el que se desenvuelven.

1.5 ENTORNO EXTERNO E INTERNO.

La RSC implica una política empresarial comprometida en el tiempo. Es una forma de acción social duradera que crea necesarias conexiones entre la RSC y la organización interna y externa de la empresa, ya que busca la mejora del entorno.

- Numerosas empresas multinacionales han desarrollado proyectos para involucrarse con la comunidad local por medio de inversiones. Esto se materializa en varios tipos de iniciativas y

actividades, como el desarrollo de infraestructura local, ofreciendo trabajo para las comunidades locales, apoyo al desarrollo económico local, etc.

- Relaciones con la comunidad: La contribución de las empresas al Medio Ambiente es uno de los mayores desafíos de las empresas modernas. No es aceptable que las compañías actuales no tomen conciencia de los riesgos que corre la humanidad al descuidar el patrimonio de todos. Bajo el concepto de preservación del medio ambiente nos referimos a varios métodos para:

- Contribuir al control del cambio climático, ya sea modificando los productos o procesos de producción.
- Ahorrar en uso de energía.
- Reducir el impacto negativo sobre el medio ambiente de ciertos productos o procesos.
- Utilizar fuentes de energía "verdes" o "limpias".
- Implementar otros métodos que contribuyen a la conservación del Medio Ambiente, como por ejemplo el reciclaje.
- Preservación del Medio Ambiente.

- Experiencias con el entorno interno.

1.6 APLICACIÓN DE RSC EN LA EMPRESA

1.6.1 MOTIVADORES.

Actualmente son cada vez mayores las presiones para que las empresas mejoren su desempeño social y ambiental. Éstas se manifiestan principalmente en las demandas de los mercados externos por medio de el aumento de normas y estándares técnicos, producto de consumidores más exigentes, presiones de la sociedad civil y medios de comunicación, así como Gobiernos con normativas internas más exigentes.

Las leyes y regulaciones que implican multas y penas severas en caso de incumplimiento; el creciente escrutinio del público de interés, medios de comunicación más agresivos y con mayor capacidad de difusión de información, aumentan la vulnerabilidad de las empresas a daños en su imagen y reputación por conductas irresponsables en el campo social y ambiental. Así mismo, aquellas empresas que no se preocupen por aspectos de transparencia frente a sus

accionistas y respeto a los derechos humanos en sus cadenas de abastecimiento pueden verse expuestas a escándalos financieros o boicots comerciales.

La tendencia de utilizar el desempeño social y ambiental por parte de las empresas se hace cada vez más fuerte, contribuyendo a aumentar los niveles de transparencia y rendición de cuentas de las empresas con sus accionistas y con la sociedad en general. En consecuencia, un desempeño social y ambiental puede traducirse en una mejora en la competitividad y en un mejor desempeño económico de las empresas, aumentando su valor.

1.6.2 FACTORES QUE EJERCEN PRESIÓN SOBRE EL SECTOR PRIVADO EN EL ÁMBITO DE LA RSC.

- Creciente preocupación por los problemas ambientales y sociales por parte de los gobiernos y la sociedad civil.
- Expectativas de la comunidad internacional.
- Regulación.
- Presiones de las fuentes de financiación respecto al desempeño ambiental y social.
- Iguales o mejores niveles de retorno sobre la inversión adoptando prácticas de RSC.
- Creciente preferencia de los consumidores por productos y servicios elaborados por empresas socialmente responsables.
- Requisitos para la elección de proveedores por parte de las compañías multinacionales que incluyen como condición la adopción de prácticas de RSC.
- Creciente coste por mala conducta frente a temas de RSC como pérdida de reputación, participación de mercado, fidelidad del cliente...

1.7 BENEFICIOS DE LAS ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

Basándome en información procedente de páginas web especializadas y en la revisión de la literatura de este tema, la RSC brinda las siguientes ventajas para la empresa:

- Estimula la productividad de los trabajadores:

Distintos estudios han comprobado que, por ejemplo, iniciativas empresariales para cuidar a los niños de los trabajadores contribuyen a estimular la productividad de los trabajadores. Estos programas ayudan también a luchar contra el ausentismo de estos trabajadores y las interrupciones de trabajo. Otros estudios han evaluado el impacto positivo sobre la productividad de los trabajadores de las políticas empresariales que introducen o mejoran la flexibilidad de los horarios de trabajo en la empresa, la salud y el bienestar de los trabajadores, y el respeto de la diversidad en el lugar del trabajo.

- Asegura mayor satisfacción de los clientes:

Debemos señalar que existen políticas empresariales que apuntan directamente a la satisfacción del cliente, describiendo ciertos estándares de calidad para los productos, normas de conducta ética. Por otra parte, indirectamente las empresas que mejoran su funcionamiento social interno aseguran en la mayoría de los casos un servicio más adaptado a lo que el cliente pide.

- Mejora la imagen y reputación de una empresa:

Cuando el público se informa por medio de la prensa que una empresa recurre al trabajo infantil, no respeta los derechos fundamentales de los trabajadores o tiene prácticas desleales, sufre una fuerte depreciación de su imagen y reputación pública. Por el contrario, varios estudios han destacado la preferencia de los consumidores por las empresas comprometidas con el medio ambiente y valores sociales. No cabe duda que en la actualidad los resultados de las empresas dependen a menudo de la reputación e imagen que poseen.

- Disminución de costes:

La flexibilidad en las condiciones de trabajo permite una reducción del espacio de trabajo y como consecuencia, la reducción de costes. Las políticas para el bienestar y la salud de los empleados generan también reducción de ciertos costes.

- Cumplimiento de las leyes y reglamentos:

Las empresas que utilizan políticas sobre la diversidad y tienen sistemas de resolución de conflictos relacionados con la discriminación reducen su riesgo de ser perseguidas judicialmente y de deber pagar multas millonarias. Las empresas responsables pueden reducir

otros riesgos de persecución y sanción legal en materias penales, medioambientales, laborales, monopolísticas...

Ventajas de la RSC para la sociedad y el interés público:

- Contribución a la democracia.
- Mejora de la cohesión social.
- Lucha contra la pobreza y contribuye al desarrollo.
- Incentivo a la administración.
- Refuerza el respeto a los Derechos Humanos y Fundamentales.
- Respeto de las condiciones de competencia.
- Transferencia de tecnología.
- Preserva el medio ambiente.

1.8 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA VISTA DESDE LA EMPRESARIEDAD.

Según la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las empresas (Elaborado por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social), desde la perspectiva de la empresariedad (el convertir decisiones en ganancias), la RSC genera valores agregados que mencionamos a continuación:

- Innovación:

Genera innovación porque cambia el modelo de relaciones en la empresa, los objetivos dejan de ser maximizar los beneficios y el valor para los accionistas, para generar valor y beneficios suficientes para todas las partes. También sustituye los objetivos individuales en conflicto por objetivos de grupo de tipo solidario.

- Transparencia:

La RSC aplica los modelos de información empresarial que reflejan la triple dimensión económica, social y medioambiental. Se parte de que la información va dirigida a todos los

grupos de interés y no solo a accionistas y analistas financieros. La información tanto cualitativa y cuantitativa es totalmente voluntaria.

- Eficiencia y rentabilidad:

La RSC ayuda a reducir los costes al mejorar los procesos productivos, mediante la disminución de gases contaminantes, la reducción de desperdicio, lo que conlleva reducción del consumo de energía. Por otra parte, al interesarse por los empleados reduce el ausentismo y aumenta la retención de talento, con lo que reduce costes de despido y control.

Incrementa las ventas al generar fidelidad del cliente, aumentando los resultados económicos y volviendo a la empresa más atractiva al ser una inversión socialmente responsable.

- Desarrollo sostenible:

La RSC genera desarrollo sostenible porque va de acuerdo con el modelo de desarrollo que busca compatibilizar la explotación racional y de recursos naturales y su regeneración, eliminando el impacto nocivo de la acción del ser humano en general, y de los procesos productivos en particular, para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin poner en peligro que las generaciones futuras puedan satisfacer las suyas.

- Confianza y seguridad:

La preocupación por satisfacer las necesidades de los distintos grupos de interés reporta confianza de todos ellos.

- Reputación y legitimidad:

La reputación corporativa es el reconocimiento público alcanzado, expresión, en cierta medida, de legitimidad social. Es algo muy valorado entre las compañías modernas.

- Comportamiento socialmente responsable.

- Clientes, proveedores y competidores:

- Productos y servicios de calidad, seguros, fiables y a precios razonables.
- Realización de encuestas de satisfacción a los clientes.
- Selección justa y responsable de proveedores.

- Relaciones de "ganar - ganar" con los proveedores, evitando condiciones de pago que pongan en peligro la solvencia financiera de éstos.
- Colaboraciones y alianzas con competidores, para reducir costes, rebajar precios y ofrecer nuevos productos y servicios imposibles de producir en solitario.

- Empleados:

- Aprendizaje continuo a todos los niveles.
- Delegación y trabajo en equipo, buscando la motivación y autorrealización.
- Transparencia y comunicación interna entre todos los niveles de la organización.
- Balance adecuado entre trabajo, familia y ocio.
- Diversidad de la fuerza laboral (etnias, sexo, discapacidad...).
- Salarios justos, con políticas de retribuciones coherentes y transparentes.
- Igualdad de oportunidades y procesos de contratación responsables.
- Participación en beneficios y en el capital por parte de los trabajadores, que fomente el compromiso con la gestión y la marcha de la empresa.
- Empleabilidad y perdurabilidad en el puesto de trabajo, buscando el desarrollo del puesto y de la persona.
- Seguridad e higiene en los puestos de trabajo.
- Responsabilidad en los procesos de reestructuración por los posibles daños colaterales a los distintos grupos de personas empleadas.

- Accionistas:

- Retribución suficiente del capital a través del valor de las acciones y los dividendos.
- Transparencia informativa sobre gestión y resultados, sin artificios contables que oculten la verdadera situación de la empresa.
- Inversiones éticas, evitando inversiones poco transparentes y de dudosa solvencia que pongan en peligro la reputación y el futuro de la empresa.

- Comunidad y Medio Ambiente:

- Desarrollo de la comunidad a través de la generación de empleos, salarios, ingresos de impuestos y atracción de talento y riqueza.

- Preservación del medio ambiente, reduciendo el consumo de recursos naturales, la contaminación y vertidos.
- Colaboración con proyectos comunitarios a través de la formación gratuita, patrocinios...

- Sociedad en general:

- Participando activamente en la divulgación de la Responsabilidad Social Corporativa, a través de redes nacionales e internacionales.
- Colaboración directa con organizaciones internacionales como Naciones Unidas, etc.

CAPÍTULO 2:

ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE INDITEX.

2.1 DESCRIPCIÓN GRUPO INDITEX.

Para empezar nuestro estudio, vamos a definir y describir de forma breve y concisa qué es el Grupo Inditex.

INDITEX

Inditex es un grupo de distribución de moda que nació en 1963 como una fábrica de ropa femenina y actualmente cuenta con más de 7000 tiendas en cinco continentes. En cuarenta años, la compañía ha pasado por muchas fases y ha vivido muchos momentos empresariales reseñables, manteniendo siempre un objetivo: escuchar a los clientes para ofrecerles las propuestas de moda que desean.

Esta fuerte orientación al cliente tuvo como consecuencia la apertura, en 1975, de la primera tienda Zara, el arranque de su expansión internacional a finales de los años 80 y el lanzamiento de nuevos formatos de moda: Pull&Bear, Massimo Dutti, Berskha, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe. El vuelco permanente en el cliente está detrás de una organización que abarca todos los procesos de la moda (diseño, fabricación, distribución y venta tiendas propias).

El compromiso con el cliente está detrás de la integración de la sostenibilidad en la cadena de suministro del Grupo y su política medioambiental. Estos principios también rigen la actividad de Tempe, empresa del Grupo que diseña, comercializa y distribuye el calzado y los complementos de las cadenas comerciales.

Las cadenas del Grupo Inditex se definen por ofrecer productos de moda con la mejor calidad. A los clientes de Inditex les gusta la moda e Inditex está comprometido con sus clientes. Por eso, sus más de 150000 profesionales están completamente enfocados a conseguir este propósito. Un eficiente sistema logístico radicado en España, que lleva a todas las tiendas del Grupo productos nuevos dos veces por semana, permitiendo mantener inalterable el objetivo de conseguir ofrecer moda de calidad a los clientes de los 5 continentes.

2.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA GRUPO INDITEX.

2.2.1 PRINCIPIOS GRUPO INDITEX.

El principal objetivo de Inditex es ofrecer productos de máxima calidad a la totalidad de sus clientes garantizando la sostenibilidad de sus procesos a largo plazo. Todas las operaciones de

Inditex se desarrollan bajo un prisma ético y responsable. El Código de Conducta y Prácticas Responsables establece los principios de obligado cumplimiento en todos y cada uno de los ámbitos en los que se desarrolla la actividad operativa y comercial del Grupo, ya sean estos tanto de responsabilidad directa como indirecta de la empresa. Inditex también tiene un Código Para Fabricantes y Proveedores (Que estudiaremos en el apartado de sostenibilidad).

Todos los procesos están inspirados en el Código de Conducta y Prácticas Responsables y se concretan en:

- Los protocolos de salud y seguridad del producto (Clear to Wear y Safe to Wear).
- La metodología de auditorías sociales (Tested to wear).
- Protocolo de sostenibilidad medioambiental (Green to wear) que recoge a su vez los principios básicos del plan estratégico medioambiental.

Todos ellos forman el eje estratégico que se denomina Right to Wear.

Inditex se rige por una política de transparencia permanente que se concreta en constantes cauces comunicativos para garantizar que sus grupos de interés disponen de información clara, completa, homogénea y simultánea.

2.2.1.1 CÓDIGO DE CONDUCTA Y PRÁCTICAS RESPONSABLES.

Con el fin de reafirmar los valores y principios que fundamentan las actividades de Inditex y de adaptar el sistema de control de riesgos al entorno social y regulatorio, en 2012 el Consejo de Administración aprobó (entre otros) el nuevo "Código de Conducta y Prácticas Responsables" y el Procedimiento del Canal de Denuncias.

Este Código define los criterios de actuación que deben guiar a Inditex en el desempeño de sus responsabilidades profesionales. Su objetivo es procurar el compromiso profesional, ético y responsable de Inditex y de todos sus empleados en el desarrollo de sus actividades en cualquier parte del mundo. Es un elemento básico de su cultura empresarial en la que se asienta la formación y el desarrollo personal y profesional de sus empleados. A tal efecto, se definen los principios y valores que deben regir las relaciones entre Inditex y sus principales grupos de interés (empleados, clientes, accionistas, socios de negocio, proveedores y aquellas sociedades en las que desarrolla su modelo de negocio).

El Código de Conducta y Prácticas Responsables se basa en una serie de principios generales. Entre ellos, destacan:

- Todas las operaciones de Inditex se desarrollarán bajo un prisma ético y responsable.
- Todas las personas, físicas y jurídicas, que mantengan de forma directa o indirecta cualquier relación laboral, económica, social y/o industrial con el Grupo Inditex, recibirán un trato justo y digno.
- Todas las actividades de Inditex se realizarán de la manera más respetuosa con el medio ambiente, favoreciendo la conservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos naturales.

2.2.1.1.1 COMITÉ DE ÉTICA.

Tabla 1: Estructura comité de ética Inditex.



Todos los empleados de Inditex, fabricantes, proveedores o terceros con relación directa e interés comercial o profesional legítimo pueden comunicar al Comité de Ética (Tabla 1), a través del Canal de Denuncias, los incumplimientos relativos al Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores de los que tuvieran conocimiento, siempre que afecten a Inditex y que hayan sido cometidos por otros empleados, fabricantes, proveedores o terceros con los que Inditex mantenga una relación laboral, comercial o profesional directa, mediante denuncia realizada de buena fe.

El comité de ética tiene las siguientes funciones:

- Supervisión del cumplimiento y de la difusión interna del Código entre todo el personal de la empresa.
- Recepción de todo tipo de escritos relacionados con la aplicación del Código y su remisión al órgano o departamento de la compañía al que deba corresponderle su tramitación y resolución.
- Control y supervisión de la tramitación de los expedientes y su resolución.
- Interpretación de las dudas que plantee el Código.
- Propuesta al Consejo de Administración, previo informe del Comité de Auditoría y Control, de cuantas aclaraciones y normas de desarrollo requiera la aplicación del Código y al menos, un informe anual en el que se analice su aplicación.
- Supervisión del Canal de Denuncias y del cumplimiento de su procedimiento.

Además, el Comité de Ética garantiza en el ejercicio de sus funciones:

- Confidencialidad de todos los datos y antecedentes manejados y de las actuaciones llevadas a cabo, salvo que por ley o requerimiento judicial proceda la remisión de información.
- Análisis exhaustivo de cualquier dato, información o documento en base a los cuales se promueva su actuación.
- La instrucción de un procedimiento adecuado a las circunstancias del caso, en el que se actuará siempre con independencia y pleno respeto del derecho de audiencia y de la presunción de inocencia de cualquier persona afectada.
- Indemnidad de cualquier denunciante como consecuencia de la presentación de instancias o denuncias de buena fe al Comité.

Las decisiones del Comité de Ética tienen carácter vinculante para la sociedad y para el empleado.

Para ver el Código de Conducta y Prácticas Responsables completo, dejo aquí el siguiente enlace:

<https://www.inditex.com/documents/10279/241584/C%C3%B3digo+de+Conducta+y+Pr%C3%A1cticas+Responsables/f81f24f4-1e1e-4452-9584-905822713e52>

2.2.2 SOSTENIBILIDAD GRUPO INDITEX.

La sostenibilidad es el punto de partida de las decisiones de Inditex. Es una constante en todos sus procesos teniendo el compromiso de ofrecer a sus clientes productos éticos, seguros y respetuosos con el medio ambiente y la sociedad.

2.2.2.1 GESTIÓN SOSTENIBLE.

Tabla 2: Right to wear.



La filosofía de gestión sostenible en Inditex la denominan "Right to Wear" (Tabla 2), teniéndolo como sello de calidad. Right to Wear es un objetivo y una realidad para garantizar la calidad la sostenibilidad de todos sus productos y actividades. Se divide en iniciativas concretas y especializadas por áreas:

- Clear y Safe to Wear: Protocolos que garantizan que todos los productos que comercializa Inditex cumplen los estándares de calidad y seguridad más avanzados.
- Teams to Wear: Filosofía y cultura empresarial que persigue la ética en el trabajo, el respeto a los demás y su diversidad, la honradez en todos los actos de la empresa, así como transparencia y profesionalidad.
- Tested to wear: Metodología de auditoría que asegura que todos los productos han sido fabricados en cumplimiento con el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.

- Social to Wear: Acciones de inversión social con las que Inditex fortalece lazos con las comunidades en las que se encuentra presente.

- Green to Wear: Estrategia que vela por una fabricación y comercialización de productos respetuosa con el medio ambiente.

2.2.2.1.1 COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS.

En Inditex están totalmente convencidos de que la relación con los grupos de interés mediante el diálogo es clave para determinar los asuntos que consideren más relevantes y así tratar de orientar su estrategia y actuaciones.

- Diálogo con los grupos de interés:

Para responder a las expectativas de los distintos grupos de interés, Inditex mantiene un diálogo permanente para identificar los temas que más les interesan o preocupan (Tabla 3).

Tabla 3: Diálogo con los grupos de interés

	Herramientas de diálogo	Objetivos
Clientes	- Equipos especializados de atención al cliente - Tiendas, tiendas online, redes sociales - Departamento de Calidad y Seguridad de Producto	- Rápida respuesta a las demandas de los clientes - Atención al cliente segmentada por países (10 idiomas) y servicios (tienda física, venta online) que permite prestaciones más personalizadas
Proveedores	- Clusters de proveedores - Comité de Ética - Equipos comerciales y de RSC - Acuerdo con IndustriALL - Programa de Cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores	Garantizar el cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores en la cadena de producción
Empleados	- Comité de Ética - Acuerdo UNI Global Union - Formación, promoción interna, comunicaciones y newsletters internas, programas de voluntariado	- Disponer de un equipo humano altamente motivado - Fortalecer el compromiso de los empleados con el Código de Conducta y Prácticas Responsables
Comunidad	- Consejo Social - Cooperación con ONGs - Comisión de Patrocinio y Mecenazgo	Lograr un máximo alcance e impacto en los programas desarrollados
Accionistas	- Junta General de Accionistas - Índices de Sostenibilidad - Relación con inversores	- Consolidación en los índices de sostenibilidad - Transparencia corporativa
Medioambiente	- Consejo Social - Compromisos con ONG	Aplicar el Plan Estratégico Medioambiental

- Análisis de materialidad:

Inditex tiene en cuenta lo que importa a sus grupos de interés en todas sus actuaciones, lo material de su actividad empresarial. La definición de la relevancia de los aspectos y asuntos que Inditex trata con sus grupos de interés viene trazada por una matriz de materialidad que la organización actualiza anualmente y de la que Inditex se vale para conocer:

- El nivel de preocupación de los grupos de interés ante aspectos considerados clave por ellos.
- Su impacto actual o potencial en Inditex.
- La capacidad de respuesta de la organización ante ellos.

El resultado obtenido sirve a Inditex para garantizar la correcta alineación de su estrategia y es utilizado posteriormente para definir los contenidos, tanto de su memoria anual como de los diferentes documentos que sirven para comunicar sus actividades, entre ellos la web corporativa.

De esta forma, las políticas y programas desarrollados para hacer frente a los retos y oportunidades de la compañía pretenden dar respuesta a las opiniones y preocupaciones de los grupos de interés de Inditex.

2.2.2.2 PRODUCTO.

El compromiso de Inditex con sus clientes está presente especialmente en los productos que comercializa, ya que cumplen los estándares de salud y seguridad más exigentes.

Numerosas profesiones de Inditex y sus asociados estudian y supervisan todas las etapas de creación de las prendas, desde el diseño hasta el empaquetado, obteniendo como resultado artículos de moda, seguros, saludables y respetuosos con el medio ambiente.

Todas las prendas de Inditex han sido fabricadas bajo los parámetros de los exigentes estándares de salud, seguridad y sostenibilidad medioambiental (Clear to Wear, Safe to Wear y Green to Wear), desarrollados por la empresa. Estos estándares (creados a partir de las regulaciones más estrictas a nivel mundial en estas materias) sirven de base para toda la gestión de calidad de las prendas del Grupo y los rigurosos controles de calidad que se realizan durante todo el proceso de fabricación y antes de su comercialización.

La estrategia de Inditex para garantizar a sus clientes artículos responsables incluye acciones preventivas y de supervisión en todas las fases de producción (Diseño, elección de las materias primas, sistemas de confección, tintado, estampación y acabado, controles durante la fabricación e innovación permanente en todos los procesos).

2.2.2.2.1 ESTÁNDARES DE SALUD, SEGURIDAD Y SOSTENIBILIDAD.

Ya hemos mencionado que Inditex utiliza estándares exigentes en salud, seguridad y sostenibilidad medioambiental. Estos estándares:

- Abarcan todos los procesos implicados en la fabricación de las prendas, calzado y accesorios comercializados por Inditex.
- Están en continuo proceso de actualización.
- Son de obligado cumplimiento para todos los proveedores de Inditex.

La responsabilidad de la producción de los artículos seguros no se limita únicamente a la supervisión y control de los procesos típicamente textiles. La industria química auxiliar y sus proveedores desempeñan también un papel fundamental en la creación de artículos de moda. Por este motivo, la estrategia de actuación de Inditex incluye auditorías en toda la cadena de suministro, así como sesiones de formación y asesoramiento a los equipos de diseño, y auditorías tecnológicas y formación a proveedores.

2.2.2.2.2 CONTROLES EXHAUTIVOS.

La responsabilidad de Inditex con sus artículos inicia en el diseño y en la elección correcta de las materias primas, los procesos y los tintes a emplear, y no terminan hasta el final del ciclo de vida del producto. Toda la cadena de valor es objeto de control y supervisión. Para garantizar la salud y seguridad de los artículos, se desarrollan programas de I+D para detectar problemas lo antes posible y para sustituir procesos y sustancias que pueden entrañar un riesgo potencial. Inditex trabaja de forma permanente para que los procedimientos de análisis y control sean cada vez más eficaces, rápidos y precisos.

Para ello, Inditex cuenta con 28 laboratorios analíticos externos en diferentes partes del mundo que, en los últimos años, les han permitido multiplicar la capacidad de supervisión del cumplimiento de ambos estándares en el menor espacio de tiempo posible.

La colaboración con estos laboratorios incluye la realización, por parte de Inditex, de programas de supervisión de la calidad de sus resultados analíticos y de corrección de cualquier problema que se detecte.

- Programa Ready to Manufacture:

Es el primer programa a nivel mundial de Buenas Prácticas de Fabricación destinado específicamente a prevenir la aparición de sustancias no deseadas durante la manufactura de los artículos, como consecuencia de los procesos tecnológicos empleados o de la calidad de los colorantes, pigmentos y productos químicos auxiliares utilizados.

- Controles en la fase de producción:

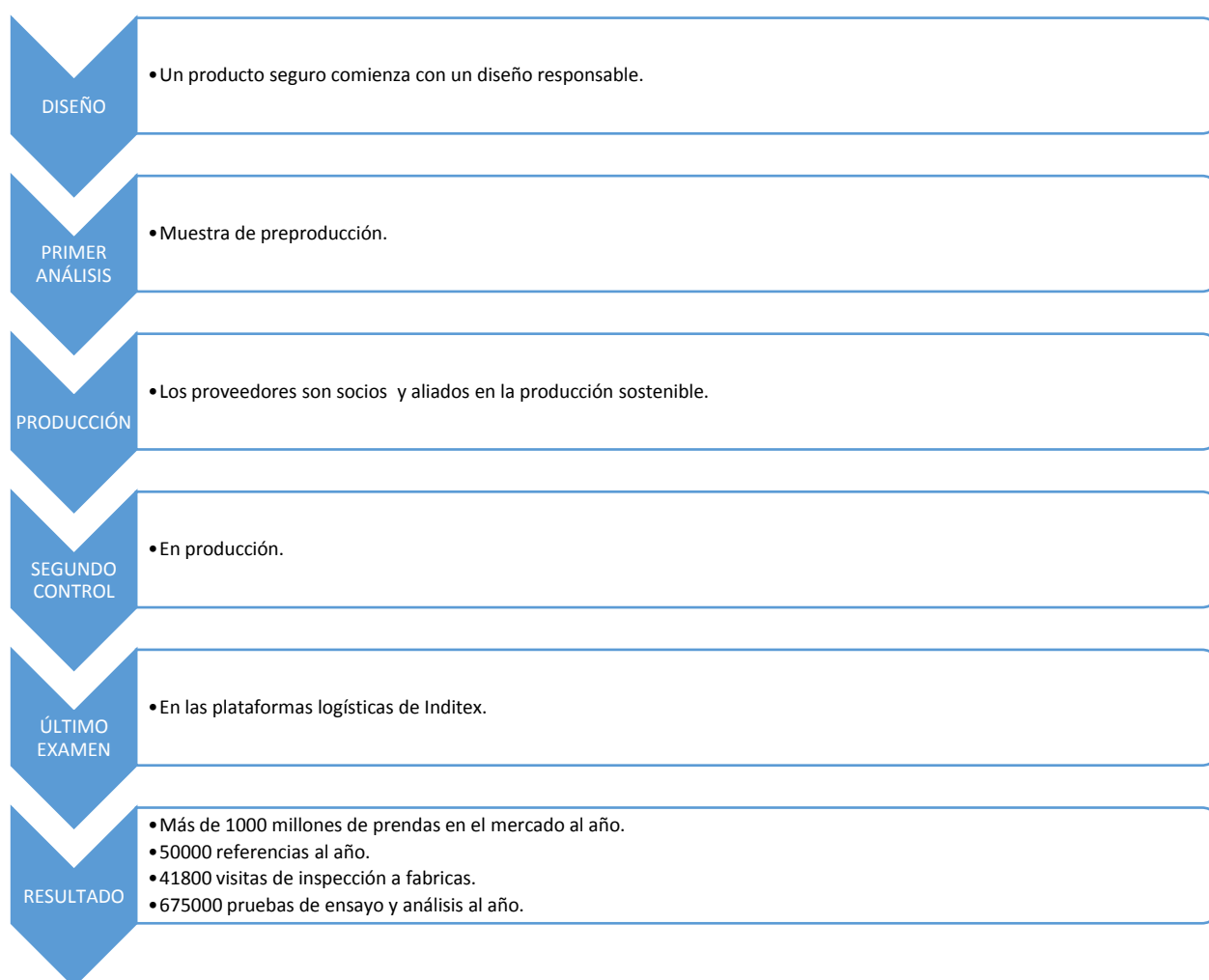
El programa Picking es el instrumento clave en este ámbito que, además, en los últimos años ha evolucionado hasta convertirse en la herramienta de verificación más exhaustiva y eficiente desarrollada para un modelo de producción globalizada y deslocalizada.

- Asistencia técnica a proveedores:

Para reforzar el cumplimiento de Clear to Wear por parte de los proveedores externos, y para asesorarlos tecnológicamente en el empleo de buenas prácticas de fabricación textil y del cuero, se realizan regularmente auditorías/visitas de asistencia técnica en colaboración con empresas internacionales de gran experiencia en el sector textil y en sus procesos de fabricación.

2.2.2.2.3 EL EXAMEN DE UNA PRENDA.

Tabla 4: Examen de una prenda



2.2.2.2.4 LABORATORIOS DE REFERENCIA.

- Laboratorios para prendas:

Inditex trabaja con centros homologados en todo el mundo. Entre estos centros hay 2 de referencia para prendas, ubicados en Lugo (España) y Estambul (Turquía), que cuentan con la tecnología más desarrollada en métodos de análisis. En ambos centros, se ha implantado un programa de investigación y desarrollo para extender y ampliar los análisis de las sustancias reguladas en sus estándares. Están dotados con la instrumentación analítica más precisa y con unidades dedicadas a dar soporte a las acciones del programa de asesoramiento técnico a fabricantes y proveedores.

- Laboratorios para calzado:

Inditex cuenta con un laboratorio interno de calzado creado por Tempe (empresa de calzado y complementos de Inditex) en colaboración con el Instituto Tecnológico de Calzado y Conexas. En este centro se realizan pruebas de calidad y confort con el objetivo de ofrecer un producto duradero, confortable y con un acabado óptimo. En paralelo, Tempe tiene en marcha un proyecto para la estandarización de hormas.

- Tintura y estampación:

Inditex trabaja con AMS Labs, un innovador centro que incorpora nuevos métodos de análisis como precursores de sustancias reguladas y cuenta con una librería que identifica los colorantes utilizados en la tintura y estampación.

- Ensayos químicos y físicos:

Se realizan ensayos físicos y químicos que tratan de cuantificar la liberación de sustancias químicas o parámetros de productos previamente sometidos a procesos que tratan de simular su uso habitual.

2.2.2.2.5 MATERIAS PRIMAS.

En las cadenas de Inditex se potencia el uso de materiales obtenidos a partir de fuentes más sostenibles con el objetivo de reducir el uso de recursos y la contaminación de suelos y aguas.

Varias cadenas cuentan con líneas y colecciones que contienen algodón orgánico en conformidad con el estándar y certificación OCS (Organic Content Standard) que garantiza la integridad de la materia prima utilizada. También se utilizan materiales con contenido reciclado. Parte del éxito se debe a la concienciación interna de los equipos de compra.

En este sentido Inditex colabora, a través del programa Farm Investment con comunidades agrícolas que cultivan algodón orgánico y Better Cotton para mejorar las prácticas de cultivo con técnicas sostenibles y desarrollar semillas patas para el cultivo ecológico. También Inditex está comprometido con la gestión forestal sostenible en relación a sus fibras artificiales.

2.2.2.2.6 POLÍTICA DE RESPETO A LOS ANIMALES.

El Grupo Inditex aplica estándares de producción responsable a sus productos en relación con el uso de elementos de origen animal. En este sentido, la política de bienestar animal de Inditex establece que:

- Todos los productos de origen animal utilizados en los artículos distribuidos por Inditex procederán de animales tratados de forma ética y responsable.
- Todos los productos de origen animal que provengan de animales sacrificados procederán de especies criadas en granjas para la obtención de carne.
- Bajo ninguna circunstancia se utilizarán productos de origen animal que provengan de animales sacrificados exclusivamente para comercializar sus pieles, conchas, astas, huesos, pluma o plumón, entre otros.
- Los productos cosméticos distribuidos por Inditex no han sido testados en animales en ningún momento de su proceso de producción. Además, ninguno de estos productos contiene ingredientes de origen animal en su composición.

2.2.2.2.7 USO Y FIN DE VIDA DEL PRODUCTO.

Como parte de su compromiso con el medioambiente, Inditex se preocupa por la necesidad de avanzar hacia una mejor gestión de los productos textiles y el calzado tras el fin de su vida útil por parte del consumidor. Consideran una prioridad trabajar en el uso eficiente de los recursos ambientales y en el cierre del ciclo de vida de cada producto.

Inditex considera que la mejor forma de reaprovechar una prenda o residuo textil es la que suponga la menor modificación posible del producto. Por ello la reutilización de la prenda tal cual se produjo es la opción favorita, seguida de la reutilización de subproductos derivados de las prendas desechadas y del reciclado para obtener productos del mismo o mayor valor. El vertedero debe ser la última opción, precedida por la incineración (aprovechamiento energético).

La apuesta de Inditex por una estrategia de fin de vida se basa en un enfoque de economía circular que permita mejorar la sostenibilidad de sus productos y operaciones. La puesta en práctica de esta estrategia se refleja en los proyectos que Inditex está desarrollando:

- Proyecto Closing the loop: Creado en 2015, este programa tiene por objetivo promover la reutilización y el reciclaje de las prendas de Inditex, en colaboración con entidades sociales, compañías de reciclaje fabricantes textiles y tecnológicas.
- Programas de colaboración con universidades y asociaciones para la búsqueda de soluciones eficientes para el reciclaje de los diferentes productos textiles.

2.2.2.3 EMPLEADOS.

La cultura corporativa de Inditex se basa en el trabajo en equipo, comunicación abierta y alto nivel de auto exigencia. Su responsabilidad es con la sociedad y con ellos mismos. Para Inditex, la auto exigencia significa trabajar para tener siempre productos que cumplan con los más altos estándares de salud y seguridad del mercado, respetando el medioambiente y con una cadena de producción ética. Para ello, el Código de Conducta y Prácticas Responsables establece los criterios que guían sus actuaciones y determina los valores y principios que rigen las relaciones de Inditex con todos los grupos de interés de la compañía y sus acciones de voluntariado social.

2.2.2.3.1 VOLUNTARIADO.

Inditex quiere que todas las personas que forman parte de la empresa y tienen inquietudes sociales encuentren en su propia empresa un apoyo para poner en marcha sus ideas sociales. Para este cometido, en el año 2011 se crea el portal Inpulse como plataforma web corporativa para los trabajadores de Inditex, donde estos pueden encontrar información sobre las iniciativas de RSC llevadas a cabo por la empresa, así como distintos tipos de acciones en las que pueden involucrarse como voluntarios.

Ejemplo de estas iniciativas ha sido The Big Idea Project, una convocatoria de proyectos sociales y medioambientales. Se da la oportunidad a aquellos empleados que, ayudados por entidades sin fines lucrativos, quieran presentar su propia iniciativa para conseguir financiación y tiempo de voluntariado para llevarlo adelante. Tras 2 ediciones, éstas lograron traducirse en 32 proyectos a los que Inditex aportó más de 2000 horas de voluntariado y donó más de 500000 euros para hacerlos realidad.

Con el objetivo de apoyar más iniciativas, en 2013 nace un nuevo proyecto llamado Likes. Likes son pequeñas acciones solidarias abanderadas por los empleados de Inditex, en colaboración con entidades sin fines lucrativos, que buscan dar solución a determinadas

problemáticas sociales y medioambientales. Para que estas ideas consigan la financiación y el voluntariado solicitado, es indispensable el apoyo y la colaboración de otros empleados a través de su votación a los proyectos.

En el caso de obtener los votos necesarios, Inditex contribuye a estas iniciativas a través de aportaciones monetarias y cesión de tiempo de los empleados para su implementación.

Likes supone la suma de los esfuerzos de todos, desde quienes presentan una idea, hasta quienes la apoyan con sus votos o quienes se unen a ella como voluntarios para hacerla realidad. Gracias a este tipo de proyectos Inditex acerca las políticas de RSC a sus empleados y facilitan que éstos puedan compartir sus inquietudes con la empresa.

2.2.2.3.2 INTEGRACIÓN.

Inditex entiende también la creación de empleo como un ejercicio responsable. En ese sentido, el Grupo lleva a cabo diferentes iniciativas que tienen como objetivo favorecer la integración laboral de colectivos con necesidades especiales o en situación de vulnerabilidad. Uno de ellos es el programa for&from que fomenta la inclusión laboral de personas con algún tipo de discapacidad física o intelectual.

Además de colaborar con diversas ONG en programas para mejorar la empleabilidad e integración de colectivos vulnerables, la empresa desarrolla internamente programas de integración para colectivos con discapacidades y en riesgo de exclusión.

- Programa Stylepack:

El centro logístico de Inditex en Zaragoza alberga, desde 2010, un centro especial de empleo para la integración laboral de 30 personas con discapacidad física y psíquica. Los trabajadores, que cuentan con la supervisión constante de 2 monitoras, se dedican principalmente a actividades de re-etiquetado de prendas. La ayuda y disposición de todos los empleados del centro posibilita la integración total de estas personas en la rutina diaria de trabajo.

En las tiendas también se llevan a cabo proyectos de integración. En A Coruña, Bilbao y Madrid hay personas con síndrome de Down que trabajan en algunas tiendas de Inditex, en un proyecto para conseguir tanto su integración laboral como su realización personal. Los

integrantes de este proyecto cuentan con un tutor que analiza su evolución y su integración con el resto de la plantilla

- Proyectos Jeunes y Salta:

Inditex lleva a cabo diferentes iniciativas que tienen como objetivo favorecer la integración laboral de colectivos con necesidades especiales o en situación de vulnerabilidad.

En 2008 nace en Francia el proyecto Jeunes buscando como objetivo favorecer la inserción laboral de jóvenes desfavorecidos del área metropolitana de París. Poco después surge en España el programa Salta, una iniciativa social que ofrece oportunidades de formación e integración en el mundo laboral a jóvenes en riesgo de exclusión social.

Salta cuenta con un completo programa formativo teórico-práctico de 2 meses de duración en el que, los jóvenes seleccionados, reciben formación de tendencias y habilidades de venta u operativas, entre otras materias, finalizando con una fase práctica en tienda. La formación es impartida tanto por los equipos internos de la empresa como por las distintas fundaciones que colaboran con Inditex en este proyecto.

2.2.2.3.3 FOR&FROM.

Con el objetivo de aportar soluciones innovadoras y sostenibles relacionadas con su modelo de negocio que generen impacto económico y social en la comunidad, Inditex ha implementado el programa for&from.

Es un proyecto para la integración laboral de personas con discapacidad, a partir de la creación de una red de tiendas, en colaboración con entidades sociales, bajo el modelo de franquicia de Inditex. El modelo parte del suministro de ropa de campañas anteriores que es puesta a la venta a precios reducidos por parte de estas organizaciones. De esta forma, a partir de una donación inicial por parte de Inditex para la construcción de la tienda, el modelo se hace auto sostenible y aporta beneficios estables a las organizaciones sociales a través de la venta del producto. La tienda, gestionada por personas con distintos tipos de discapacidad severa, convierte un espacio comercial en un centro de referencia para la inclusión, la accesibilidad y la eliminación de barreras.

Actualmente, el programa cuenta con 11 establecimientos comerciales en España, en colaboración con 4 entidades de economía social que proporcionan empleo a 144 personas con discapacidad.

El programa aspira a ser un modelo puente hacia la integración en tiendas ordinarias a partir de la experiencia adquirida por los beneficiarios dentro del modelo for&from, el cual genera un ecosistema de acompañamiento óptimo para el aprendizaje en colaboración con entidades con contrastada experiencia en el ámbito de la discapacidad.

2.2.2.3.4 IGUALDAD Y CONCILIACIÓN.

La multiculturalidad es parte esencial de la naturaleza de Inditex. Los más de 150000 empleados de la empresa suman 90 nacionalidades y 45 idiomas. Todos ellos concurren en igualdad de oportunidades a los procesos de selección y optan por la promoción interna bajo los mismos criterios de evaluación, desarrollo, talento y dedicación al trabajo.

- Igualdad:

Inditex tiene un compromiso explícito con la igualdad y la no discriminación. Este compromiso, tanto vertical como horizontal, se refrendó en 2006 con la ratificación del proyecto Equal Diversidad Activa, cofinanciado por la Comisión Europea. Sus acciones de responsabilidad social están dirigidas por la Coordinadora Española del Lobby Europeo de Mujeres y la fundación Carolina. Buscan impulsar la implantación de medidas que tiendan a reducir los desequilibrios entre hombres y mujeres en las empresas.

Por otra parte, Inditex tiene un protocolo de actuación frente a eventuales discriminaciones por razón de sexo y frente al acoso sexual, en el que ante la denuncia de cualquier empleado, se pone en marcha una investigación interna con la finalidad de averiguar los hechos y depurar eventuales responsabilidades.

- Conciliación:

Inditex ha desarrollado planes de igualdad que incluyen medidas para favorecer la conciliación de la vida familiar y laboral como facilidades para la incorporación de la mujer tras su baja por maternidad o medidas de corresponsabilidad con la paternidad, facilidades para ajustar su jornada laboral al calendario escolar, o ayudas sociales, entre otras. Para el

seguimiento de los planes de igualdad se ha creado una comisión que analiza su aplicación y resultados.

Inditex siempre está trabajando para profundizar en aspectos de conciliación laboral y familiar, como la protección del embarazo y la lactancia materna, la prevención de riesgos laborales durante el embarazo, la compatibilidad del trabajo a tiempo parcial y el cuidado de hijos menores o mayores dependientes o las excedencias con esa misma finalidad.

- Acuerdo con UNI Global:

Desde 2009, Inditex mantiene un Acuerdo Global con la federación sindical UNI Global Union en el que se recoge formalmente su colaboración para asegurar los derechos laborales de los trabajadores y el crecimiento sostenible de la compañía. Este acuerdo asegura que los derechos y las regulaciones laborales esenciales se protejan mediante el diálogo social con los gestores de Inditex en cada uno de los países en los que opera el Grupo.

El acuerdo respalda el conjunto de los derechos fundamentales de los trabajadores consagrados en las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo. Este acuerdo es una de las herramientas clave de la compañía en su relación con los empleados.

2.2.2.3.5 POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD.

El compromiso:

- Inditex asume la política de seguridad y salud como parte esencial integrante de la gestión del Grupo.

- Inditex considera la mejora de las condiciones de seguridad y social como un elemento fundamental en el desarrollo de la actividad normal de la organización, que implica a todos los estamentos de la empresa.

- Inditex se compromete a cumplir la legislación vigente, los códigos de buenas prácticas y otros compromisos suscritos voluntariamente por la empresa.

Los principios:

- La cultura corporativa de Inditex se basa en el trabajo en equipo, en la comunicación abierta y en un alto nivel de exigencia.

- Las personas son el recurso más importante de la organización. El crecimiento de la empresa se basa en la mejora constante de sus condiciones de trabajo.
- La organización no acepta la realización de ningún trabajo que anteponga otras consideraciones al mantenimiento de las condiciones de seguridad y salud de los trabajadores. La productividad es consecuencia de la seguridad.
- La formación, sensibilización y participación de los trabajadores de Inditex en la gestión de la seguridad y la salud son elementos claves para la consecución de los objetivos definidos en la planificación preventiva.
- Las personas conocen y asumen la responsabilidad del mantenimiento de sus condiciones de seguridad y salud en su trabajo. Son proactivas en su aplicación y preservación.

Actitud:

- La gestión de la seguridad y la salud en Inditex está basado en un proceso de mejora continua. Se analiza, planifica, coordina y ejecuta en relación a la realidad de la empresa, con el compromiso de cumplimiento de esta política, de la legislación vigente y de los compromisos voluntariamente asumidos.
- La política de seguridad y salud debe ser conocida por todos los trabajadores y colaboradores de Inditex.

2.2.2.4 PROVEEDORES.

Todos los proveedores y fabricantes están obligados por los valores de responsabilidad social y medioambiental que definen a Inditex (Recogidos en su Código de Conducta a Fabricantes y Proveedores).

Una cadena de suministro sostenible solo se consigue con una gestión correcta y eficiente de la trazabilidad de la producción y un constante proceso de mejora, que Inditex articula a través del diálogo y la coordinación con los distintos grupos de interés de la compañía.

En Inditex este diálogo se desarrolla mediante una herramienta propia, los clúster o grupos de proveedores, y también a través del Acuerdo Marco con IndustriAAL Global Union, la asociación internacional de sindicatos de la industria, que fructifica en numerosas actuaciones conjuntas. A esto hay que sumar la participación activa de Inditex en plataformas

internacionales como Ethical Trading Initiative o Global Compact de Naciones Unidas, entre otros. Sobre esta base, Inditex cuenta con un Plan Estratégico para una cadena de suministros estable y sostenible 2014-2018, que profundiza en el trabajo de Inditex en los últimos años en materia de responsabilidad de la cadena de suministro.

2.2.2.4.1 PLAN ESTRATÉGICO 2014 - 2018.

El Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores y el Programa de Cumplimiento que asegura su implantación son la piedra central sobre la que se articula el trabajo realizado por Inditex en materia de gestión y fortalecimiento de la cadena de suministro. En 2013 Inditex aprueba su "Plan Estratégico para una cadena de suministro estable y sostenible 2014-2018", que desarrolla líneas de actuación basadas en el cumplimiento de 4 objetivos generales: monitorización, capacitación, mejora continua y compromiso con los grupos de interés.

Las líneas de actuación del plan estratégico pasan por identificar y conocer correctamente a los proveedores y fabricantes, realizarles una evaluación exhaustiva y ayudarles a garantizar el cumplimiento de las condiciones sociales y laborales de sus trabajadores. Así se asegura sostenibilidad y su adecuación a los estándares exigidos por Inditex, creando relaciones estables y a largo plazo.

El Plan Estratégico es de alcance global para todos los países en los que Inditex produce y de implantación local en cada uno de ellos.

En el siguiente enlace podemos ver los principios en los que se inspira el Plan Estratégico:

http://static.inditex.com/annual_report_2014/nuestras-prioridades/integridad-de-la-cadena-de-suministro/

2.2.2.4.2 CÓDIGO PARA FABRICANTES Y PROVEEDORES.

Todos los equipos humanos que integran Inditex y los que en él intervienen deben tener un comportamiento profesional, ético y responsable en el desarrollo de su actividad. Por eso, todos ellos están obligados de forma explícita y vinculante a respetar y cumplir los valores de responsabilidad social y medioambiental que definen a Inditex.

En este sentido, el Código de Conducta y Prácticas Responsables establece los criterios de actuación que deben guiar al Grupo en el desempeño de sus responsabilidades profesionales,

y el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores es la base sobre la que se articula la actividad de Inditex y su relación con todos sus proveedores, estableciendo estándares de obligado cumplimiento en materia de derechos laborales, salud y seguridad del producto y aspectos medioambientales.

El Código es de obligado cumplimiento por parte de todos los fabricantes y proveedores de Inditex. Está concebido como un documento dinámico, siempre en permanente revisión con el objetivo de incorporar las mejores prácticas y reforzar su vigencia.

El Código recoge los siguientes aspectos:

- Prohibición de trabajo forzado.
- Prohibición de trabajo infantil.
- Prohibición de discriminación.
- Respeto a la libertad de asociación y negociación colectiva.
- Prohibición de abuso o trato inhumano.
- Seguridad e higiene en el trabajo.
- Pago del salario.
- Horas de trabajo no excesivas.
- Trabajo regular.
- Trazabilidad de la producción.
- Salud y seguridad del producto.
- Compromiso medioambiental.
- Confidencialidad de la información.
- Implementación del Código.
- El comité de ética.

La verificación de la implantación del Código por parte de los proveedores se lleva a cabo a través del Programa de Cumplimiento.

- Iniciativas para reforzar la implantación del Código.

Los equipos de sostenibilidad de Inditex trabajan con los proveedores de todo el mundo para reforzar el cumplimiento del Código de Conducta. Esta relación estrecha y estable con la red de proveedores y los principales actores de la industria como sindicatos sociales, autoridades u organizaciones multisectoriales permiten poner en marcha programas que refuerzan la implantación del Código.

2.2.2.4.3 PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO.

Los equipos internos y externos de auditores sociales de Inditex están compuestos por 799 profesionales repartidos por todo el mundo y son los encargados de verificar que todos los proveedores y fabricantes cumplen con el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores de Inditex, así como de guiarlos para conseguir fábricas más sostenibles. La cooperación y el compromiso activo con nuestros proveedores es la base de la implantación del Programa de Cumplimiento del Código.

El programa de cumplimiento se compone de 6 fases (Tabla 5) y, en todo el proceso, la trazabilidad de la cadena de suministro juega un papel relevante:

Tabla 5: Fases programa de cumplimiento.

1. Sensibilización
2. Pre-Assessment
3. Auditorías sociales
4. Asignación de rating
5. Aplicación de planes de acción correctivos
6. Programas de seguimiento

2.2.2.4.4 AUDITORÍAS SOCIALES Y PLANES CORRECTIVOS.

Todos los proveedores que forman parte de la cadena de suministro de Inditex se someten periódicamente a las auditorías sociales que los equipos locales de Sostenibilidad de Inditex o

los auditores externos especializados llevan a cabo en las instalaciones de sus fabricantes, para evaluar su grado de cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.

Además, el compromiso de Inditex con la mejora continua de sus procesos hace de los planes de remediación una prioridad dentro de la estrategia de Sostenibilidad de la compañía. Inditex desarrolla así planes de acción correctivo que tienen la doble función de establecer medidas dirigidas a mitigar y/o remediar incumplimientos del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores detectados durante la realización de auditorías sociales y prevenir que los mismos se repitan en el futuro.

- Cómo es una auditoría social:

Consisten en la inspección de instalaciones, revisión documental, revisión de gestión de residuos, emisiones y consumo de recursos; y entrevistas con gerentes de las fábricas, empleados, representantes sindicales y representantes de salud y seguridad entre otros.

- Quién realiza las auditorías sociales:

Son realizadas tanto por los equipos internos de Sostenibilidad de Inditex como por reconocidas auditoras externas independientes, que reciben periódicamente formación en profundidad de la metodología propia de las auditorías de Inditex con el objetivo de detectar las áreas donde deben introducirse mejoras.

De esta manera, Inditex garantiza que las auditorías sociales a sus proveedores y fabricantes son llevadas a cabo por profesionales independientes formados en aspectos tan importantes para el Grupo como:

- La estrategia de Sostenibilidad de Inditex.
- El programa de cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.
- La metodología de auditoría social de Inditex Tested to Wear (TtW).
- Las prioridades en el área de cumplimiento.

- Planes de acción correctivos:

La detección de un incumplimiento en una auditoría implica la inmediata puesta en marcha de un plan de acción correctivo, que establece objetivos y plazos de forma muy estricta. Si un proveedor quiere mantener su relación comercial con Inditex debe llevar adelante esos planes

de corrección, en los que cuenta con la colaboración e implicación de los propios equipos de sostenibilidad de Inditex.

Inditex tiene tolerancia cero con quienes no aprovechan todas las oportunidades para asegurar su cumplimiento con los estándares establecidos en el Código de Conducta y las legislaciones locales. Aquellos proveedores que no se comprometan a llevar a cabo un plan de acción correctivo o que, tras la implementación del mismo, no hayan logrado mejorar los incumplimientos más críticos del Código de Conducta, son bloqueados en los sistemas de asignación de pedidos y no podrán fabricar para ninguna de las marcas de Inditex.

2.2.2.4.5 TRAZABILIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO.

La trazabilidad de la producción es un aspecto clave como herramienta de control en materia de Derechos Laborales Fundamentales. En Inditex desarrollan herramientas que permiten asegurar la trazabilidad de los pedidos, garantizando que cada artículo es elaborado con el máximo cumplimiento de las legislaciones laborales, medioambientales, y de salud y seguridad del producto. Las fábricas utilizadas por los proveedores forman parte de nuestra cadena de suministro y están sujetas a todos nuestros programas y estándares de calidad, fabricación, salud y seguridad del producto, medioambiente y a todos los principios laborales y sociales establecidos en el Código de Conducta para Fabricantes y Proveedores de Inditex

2.2.2.4.6 CLUSTERS.

Inditex busca maximizar su impacto positivo en la cadena de suministro. Por este motivo, unen sus esfuerzos con sindicatos, ONGs, asociaciones de trabajadores, gobiernos, clientes internacionales y miembros civiles participando con ellos en encuentros para dialogar con sus proveedores y fabricantes, a través de clúster o plataformas de diálogo.

Los clúster de proveedores se definen como espacios de cooperación con el objetivo de promover un entorno productivo sostenible en un área geográfica estratégica para el desarrollo del modelo de negocio de Inditex y dentro de un marco basado en el cumplimiento de Derechos Laborales Fundamentales.

2.2.2.4.7 CASOS DE ESTUDIO.

Algunos ejemplos de casos abordados por los equipos de Inditex para implantar buenas prácticas ajustadas al respeto de los derechos humanos y laborales, y teniendo en cuenta las

características sociales específicas de áreas geográficas concretas, son Tolerancia cero a la explotación de refugiados, Proyecto Vidya, Sumangali en India, Acuerdo sobre seguridad de edificios en la industria textil de Bangladesh, Proyecto Brasil, y Apoyo a las negociaciones salariales en el sector textil de Camboya.

2.2.2.5 COMUNIDAD.

De forma complementaria al impacto generado por las actividades relacionadas con el propio negocio, Inditex desarrolla su modelo de inversión en programas sociales motivado por el compromiso con la mejora del bienestar global y el fortalecimiento de las comunidades con las que se relaciona. Esta forma de entender la inversión en programas sociales implica la participación voluntaria de Inditex en prácticas socialmente responsables que generan valor en la comunidad y en la empresa.

Este compromiso, orientado a la realización de inversiones que apoyen causas sociales, en colaboración con organizaciones no lucrativas, se focaliza a través de programas de educación, empleo y ayuda humanitaria.

2.2.2.5.1 INVERSIÓN EN PROGRAMAS SOCIALES.

Indicadores de inversión en programas sociales del año 2015 (Tabla 6):

Tabla 6: Indicadores de inversión en programas sociales 2015



Impacto^(**): ¿Qué cambia?

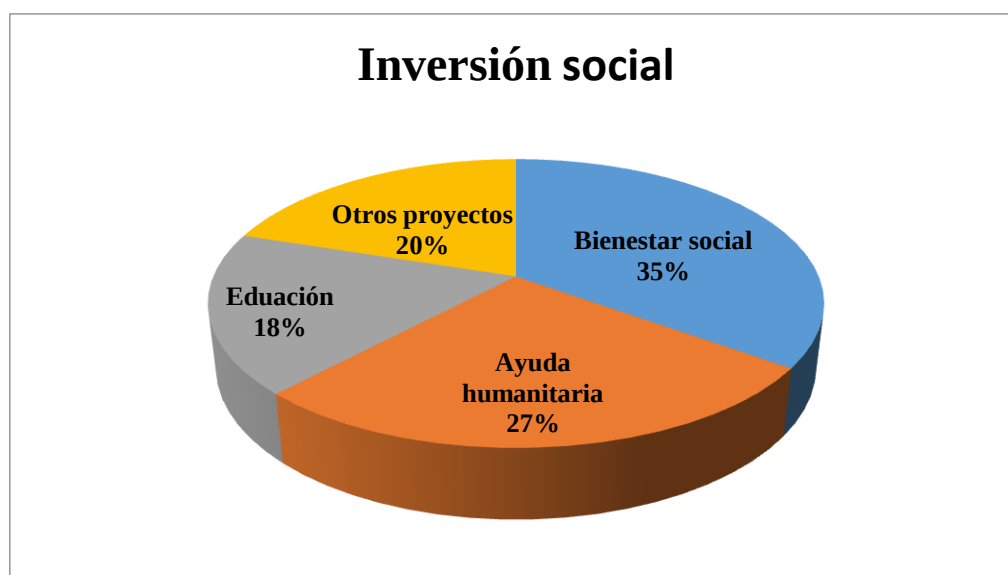


2.2.2.5.2 PROYECTOS CLAVE INDITEX.

Inditex pone en marcha todas sus acciones de inversión en la comunidad con organizaciones no lucrativas de referencia con reconocida experiencia, tanto en el ámbito del proyecto como en la región en la que se pone en marcha. Entre estas organizaciones destaca la colaboración permanente con Entreculturas, Médicos Sin Fronteras, Cáritas o Cruz Roja, entre otros.

En 2015, la inversión de Inditex en la comunidad fue de 35 millones de euros y sirvió de ayuda directa para 1,01 millones de personas. En cuanto al área de actividad, el reparto fue de la siguiente forma (Tabla 7):

Tabla 7: Inversión social Inditex 2015



- Educación:

Iniciativas enfocadas a proporcionar oportunidades a través de una educación de calidad que posibilite una vida digna y promueva la justicia social y el crecimiento personal de los jóvenes. Algunos ejemplos son:

- Programa EPGO (Educar Personas, Generar Oportunidades).
- Programa de apoyo a la población víctima del conflicto colombiano.
- Programa universidades.
- Cátedra de Refugiados y Migrantes Forzosos.
- Cátedra Inditex de lengua y culturas españolas en la Universidad de Daca (Bangladesh).
- Cátedra Inditex - UDC de responsabilidad social.
- We water experience.

- Ayuda humanitaria:

Inditex colabora con Médicos Sin Fronteras desde 2008, en acciones solidarias enfocadas a proteger la vida y la salud de las personas en contextos de emergencia. Para ello, ambas organizaciones establecieron un Convenio Marco, a través del cual Inditex donó 2,3 millones de euros en 2015. Estos son algunos de los proyectos más recientes:

- Proyecto de nutrición en India.
- Lucha contra el Kala Azar en India.
- Crisis de refugiados en Europa.
- Unidad de emergencias.

- Bienestar social:

Actuaciones que promueven el empleo y el emprendimiento de colectivos vulnerables, favoreciendo la integración laboral de personas en situación de exclusión y el desarrollo socioeconómico de la comunidad. Algunos ejemplos son:

- Programa de fomento del empleo en España.
- Programa de fomento del bienestar social en Bangladesh y Camboya.
- Programa Brasil.
- Programa Every Mother Counts.
- Programa Water.org.

2.2.2.5.3 CASH FLOW SOCIAL.

Tabla 8: Cash Flow social Inditex.

Cash flow social		
(millones de euros)	Ejercicio 2015	Ejercicio 2014
Efectivo neto recibido por la venta de productos y servicios	20.900	18.117
Flujo recibido de inversiones financieras	23	26
Efectivo recibido por ventas de activos	0	0
Total flujo de valor añadido	20.924	18.1437
Distribución del flujo de valor añadido		
Remuneración a empleados por sus servicios	3.335	2.932
Pagos de impuestos	977	707
Devolución de deuda financiera	-5	-6
Dividendos entregados a los accionistas	1.626	1.510
Inversión social corporativa	35	26
Caja retenida para crecimiento futuro	460	-129
Pagos realizados fuera del Grupo por compra de mercancía, materias primas y servicios	12.943	11.524
Pagos realizados para inversiones en nuevos activos productivos	1.552	1.894
Total distribución de flujo de valor añadido	20.924	18.143

2.2.2.5.4 AYUDAS A RANA PLAZA.

El derrumbamiento del edificio Rana Plaza en Dacca (Bangladesh), que acogía varias fábricas textiles y que provocó más de 1000 víctimas mortales, conmovió no solo a la industria del sector sino a toda la opinión pública. Ninguna de las marcas de Inditex mantenía relación comercial con ninguna de las fábricas situadas en este edificio, y de hecho había bloqueado previamente la posibilidad de trabajar con ninguna de ellas. A pesar de no tener ningún vínculo, Inditex intervino con ayuda humanitaria desde el primer momento para intentar ayudar a las víctimas y a los familiares de los fallecidos en la tragedia, participando de forma activa en las iniciativas surgidas para paliar las consecuencias del derrumbe.

Por el conocimiento de Inditex de la cadena de producción, Inditex impulsó y formó parte activa desde el primer momento en la redacción del Acuerdo sobre Seguridad de los Edificios en la Industria Textil de Bangladesh establecido en Mayo de 2013.

Se trata de un acuerdo pionero entre marcas y distribuidores internacionales, sindicatos locales e internacionales y ONGs, con el objetivo de asegurar mejoras duraderas en las

instalaciones y en las condiciones de trabajo de la industria en Bangladesh, aunque la mayoría de la producción de Inditex se realiza en proximidad, en países fundamentalmente europeos, su experiencia le llevó a ser elegido miembro del Comité de Dirección del Acuerdo, presidido por un miembro de la OIT y al que pertenecen 3 representantes de sindicatos, 3 de marcas internacionales y 1 de la ONG Clean Clothes Campaign, que actúa como testigo.

Concebido como un esfuerzo conjunto entre todas las partes, y con la implicación directa de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Acuerdo es un programa que sigue trabajando para alcanzar un cambio sostenible en el largo plazo en la industria textil de este país.

2.2.2.6 MEDIO AMBIENTE.

Inditex dispone desde hace años de una Política Medioambiental y de un sistema de gestión medioambiental global, sólido, eficiente, y con capacidad para adaptarse a las necesidades de su ritmo de crecimiento y a las nuevas exigencias y avances en materia medioambiental. Los planes desarrollados hasta la actualidad garantizan la plena integración de la variable ambiental en todas las operaciones.

La Estrategia Global de Sostenibilidad de Inditex recorre de forma transversal todo el modelo de negocio del Grupo, con 3 grandes estrategias medioambientales (Estrategia Global de Gestión del Agua, Estrategia Global de Energía y Estrategia de Protección de la Biodiversidad) y acciones concretas en la cadena de valor. Estas acciones concretas se articulan alrededor de planes medioambientales estratégicos que el Grupo pone en marcha para implantar sus avances.

2.2.2.6.1 AGUA.

La Estrategia Global de Gestión de Agua permite a Inditex colaborar con todos los grupos de interés preocupados por una gestión sostenible y racional del agua, trabajando para una mejor conservación de la calidad ambiental de los ecosistemas fluviales y marinos.

- Compromiso para el vertido cero:

Dentro de esta Estrategia Global de Gestión del Agua se enmarca el Plan Maestro del Agua en la Cadena de Producción, que guía el esfuerzo de Inditex y el de sus proveedores para hacer un uso sostenible de este vital recurso.

Uno de los elementos que Inditex considera fundamentales en el trabajo conjunto con los proveedores es el compromiso para el Vertido Cero de sustancias químicas no deseadas. Inditex es miembro del grupo que promueve ese compromiso (Joint Roadmap to ZDHC). Inditex, junto con otras marcas y distribuidores de moda líderes en el mundo, está trabajando para alcanzar el "vertido cero" de sustancias químicas no deseadas en 2020. Inditex reconoce que este compromiso es más exigente que el fijado en las legislaciones de los distintos países y por ello requiere un esfuerzo de colaboración para crear un cambio sistémico que nos lleve hacia una industria más limpia.

- The CEO Water Mandate:

Es un programa incluido en la iniciativa Global Compact de Naciones Unidas para promover una gestión adecuada y sostenible del agua, un recurso único, imprescindible y escaso. Inditex se ha comprometido a avalar y fomentar soluciones sostenibles en materia del uso y gestión del agua en cada una de las 6 áreas que cubre The CEO Water Mandate: operaciones directas, gestión de la cadena de suministro, acción colectiva, política pública, participación de la comunidad y transparencia.

2.2.2.6.2 ENERGÍA.

La Estrategia Global de Energía pretende fomentar el uso racional y eficiente de la energía en toda la cadena de valor de Inditex, y, al mismo tiempo, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y ayudar en su mitigación. Inditex está adherido a iniciativas internacionales como The Sustainable Coalition (SAC) para promover la reducción del consumo energético y el acceso a fuentes de energía más seguras en la cadena de suministro.

Para 2020, Inditex cuenta con un doble objetivo, tomando como base las operaciones de 2012:

- Reducir en un 15 % la intensidad energética en operaciones propias por cada artículo puesto en el mercado.
- Disminuir en un 10 % el uso de energía en las tiendas por cada artículo puesto en el mercado.

Inditex está llevando a cabo iniciativas para la gestión eficiente de la energía en todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor, incluyendo sus actividades logísticas y sus tiendas.

2.2.2.6.3 BIODIVERSIDAD.

La Estrategia de Biodiversidad de Inditex tiene como objetivo proteger, conservar y desarrollar la riqueza de especies y la diversidad, tanto de las comunidades locales en las que Inditex opera directamente como de las que se ven afectadas por nuestra cadena de suministro. La Estrategia de Biodiversidad guía a Inditex especialmente a la selección y utilización de materias primas de origen forestal, asegurando que provengan de bosques gestionados de forma sostenible.

Inditex ha definido sus objetivos siguiendo los principios establecidos en la Convención de las Naciones Unidas sobre la Diversidad Biológica y reconociendo el trabajo de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). Para garantizar la aplicación de esta estrategia, sus principios se integran en los planes maestros de cada una de las áreas clave del modelo de negocio.

Inditex ha puesto en marcha diversas líneas de acción para proteger la biodiversidad y compensar el impacto medioambiental de su actividad y sus emisiones. Desde 2007 Inditex colabora con la Xunta de Galicia en la protección del patrimonio forestal gallego. El Proyecto Terra contribuye a la protección y mejora genética de las principales especies forestales, además de la creación de áreas forestales de alto valor, constando este proyecto de 4 programas (Programa de mejora energética, programa de mejora silvícola, programa de ecosistemas forestales y programa de protección forestal).

Inditex mantiene una estrecha colaboración con iniciativas internacionales como Textile Exchange y Better Cotton Initiative. Fruto de estas colaboraciones, Inditex participa en la financiación de proyectos agrícolas en China e India. En todos ellos se impulsa la agricultura ecológica, con el desarrollo de semillas aptas para el cultivo ecológico, y la formación de agricultores en técnicas agrícolas eficientes, gestión sostenible de los recursos naturales y uso responsable de productos químicos como pesticidas y fertilizantes. Estos programas permiten mejorar las condiciones de vida de los productores y sus familias y crear un impacto positivo en el medio ambiente.

También participa anualmente en iniciativas globales de sensibilización ambiental. Además, todos los proveedores de bolsas de papel, etiquetas y mobiliario de Inditex cuentan con una Certificación de Cadena de Custodia conforme PEFC/FSC para garantizar una gestión sostenible de los bosques.

2.2.2.6.4 TIENDAS ECOEFICIENTES.

Las tiendas de Inditex incorporan la tecnología más innovadora en la gestión y el ahorro energético, permitiendo reducir las emisiones de dióxido de carbono (CO₂). Todas medidas y exigencias, tanto de materiales como de gestión de residuos, están incluidas en el Manual para el Diseño, Construcción, Mantenimiento y Gestión de la Tienda Ecoeficiente, que sirve de guía para todas las nuevas aperturas de Inditex. El 54% de las tiendas de Inditex ya son ecoeficientes. Las medidas de sostenibilidad y eficiencia energética de estas tiendas ahorran de media un 20% en electricidad, con la consiguiente reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. Los mayores ahorros eléctricos se detectan en el sistema de climatización, en el cual se estiman ahorros promedios del 40%. Además, se obtiene hasta un 50% en el consumo de agua respecto a una tienda convencional. Se espera que en 2020 todas las tiendas de Inditex sean ecoeficientes.

Para mantener este objetivo, Inditex cuenta con una plataforma de eficiencia que monitoriza de forma centralizada las instalaciones de climatización y electricidad de un total de 1444 tiendas ecoeficientes repartidas en 28 países. Este control centralizado permite actuar sobre las instalaciones con el fin de optimizar su gestión, identificar los sistemas más eficientes, mejorar su mantenimiento y definir estrategias para disminuir la demanda de energía y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero producidas por nuestras tiendas.

Para asegurar que el proceso emprendido con el proyecto de Tienda Ecoeficiente es el correcto, desde 2009 Inditex sigue las pautas y recomendaciones de las 2 certificaciones independientes de construcción de edificios "verdes": el estadounidense LEED y el sello europeo BREEAM para edificios diseñados y construidos a partir de parámetros encaminados a conseguir el máximo nivel de ecoeficiencia.

2.2.2.6.5 FABRICACIÓN.

El compromiso de Inditex con el desarrollo sostenible y la protección del entorno y los recursos naturales ha estado siempre presente entre los valores fundamentales de la compañía. En el marco del plan estratégico Inditex Sostenible 2011-2015, la compañía avanzó en sostenibilidad en la cadena de suministro del Grupo.

En este sentido se ha creado el Green Code, que incluye criterios de evaluación y control medioambiental en la cadena de suministro.

Green Code es un proyecto para potenciar la política medioambiental de aplicación a la cadena de suministro y procesos industriales de Inditex. Se integra dentro del Inditex Minimum Requirements e incluye criterios de evaluación y control medioambiental de proveedores. El Green Code responde a los siguientes objetivos específicos:

- Conocer con detalle la problemática medioambiental específica en cada etapa productiva de la cadena de producción de Inditex.
- Identificar y controlar los riesgos medioambientales asociados a la cadena de producción.
- Establecer programas de mejora medioambiental en la cadena de producción.
- Anticiparse y dar respuesta a las preocupaciones de organizaciones externas en materia medioambiental.
- Anticiparse y dar respuesta a futuras legislaciones más restrictivas.

2.2.2.6.6 LOGÍSTICA.

- Distribución:

Las operaciones de transporte y distribución son realizadas en su totalidad por operadores externos. Por ello, las emisiones de gas de efecto invernadero asociadas a estas actividades tienen la consideración de scope 3 conforme a los criterios del Greenhouse Gas Protocol, la herramienta internacional más extendida entre empresas e instituciones para medir las emisiones de GEI.

Para una mejor gestión y control de estas emisiones, Inditex ha desarrollado una herramienta que permite calcular estas emisiones conforme a GHG Protocol y a la vez proponer a los operadores logísticos planes de mejora para su reducción.

- Centros logísticos sostenibles:

Todos los centros logísticos de Inditex cuentan con un Sistema de Gestión Ambiental certificado conforme a la norma ISO 14001 y todos su empleados han recibido formación medioambiental.

Además, todos los centros logísticos de nueva construcción o las ampliaciones se construyen siguiendo los criterios establecidos por el US Green Building Council con el fin de obtener la

certificación LEED Oro. Para ello, desde 2007 se han ido introduciendo mejoras periódicas en los centros logísticos que incluyen el uso de iluminación eficiente, sistemas de aislamiento adecuados, sistemas de control de climatización o el uso de bicicletas o vehículos eléctricos para el desplazamiento interior de empleados, así como mejoras en la eficiencia energética, utilización de energías renovables y trigeneración de alta eficiencia.

CAPÍTULO 3:

OPINIÓN DE LOS CONSUMIDORES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE INDITEX.

En este apartado recogemos una encuesta o cuestionario realizado a los consumidores de las distintas marcas de Inditex para conocer su opinión sobre la RSC de dicho Grupo.

Enlace cuestionario:

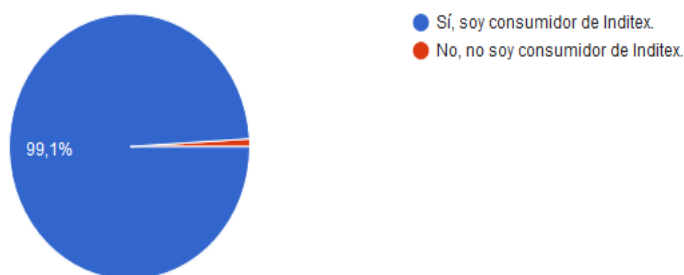
<https://docs.google.com/a/red.ujaen.es/forms/d/e/1FAIpQLSfDiRfFnng0kUNLvsD2Rkmlly6GBrWqf-vG7V8avuyDC78sg/viewform?c=0&w=1>

A continuación procederemos a ver todas las preguntas y las respuestas de los encuestados (Tabla 9):

Tabla 9: Respuestas cuestionario.

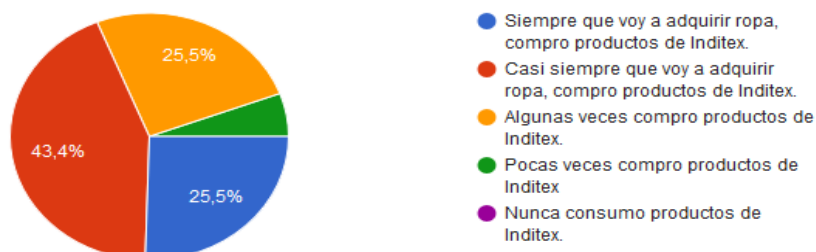
¿Eres consumidor de marcas del Grupo Inditex? (Zara, Pull&Bear, Berskha, Oysho...)

106 respuestas



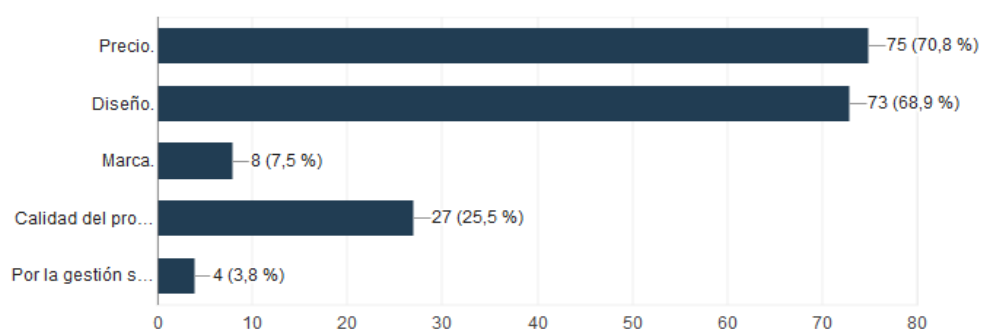
¿Con qué frecuencia consumes productos de Inditex?

106 respuestas



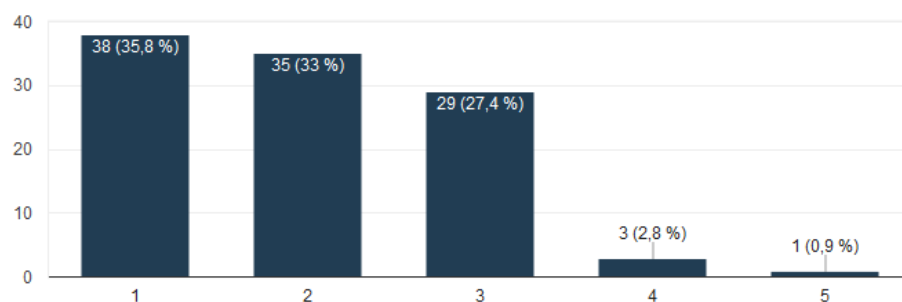
¿Por qué eliges consumir productos de Inditex? (Elige todas las opciones que quieras)

106 respuestas



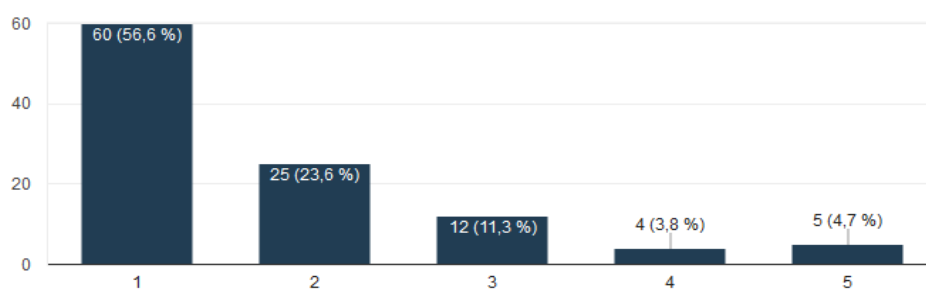
¿Cuál es tu opinión de qué Inditex tenga un Código de Conducta y Prácticas Responsables para trabajar de forma ética y responsable?

106 respuestas



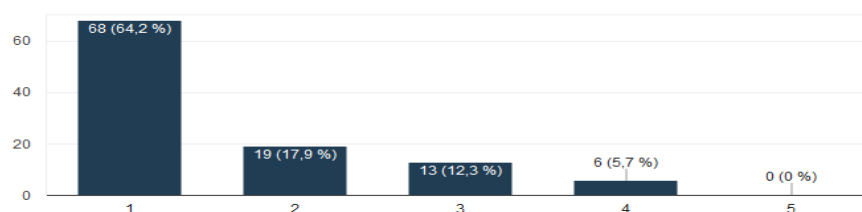
¿Cuál es tu opinión de qué todos los productos de Inditex sean fabricados bajo los parámetros más exigentes de salud, seguridad y sostenibilidad medioambiental ?

106 respuestas



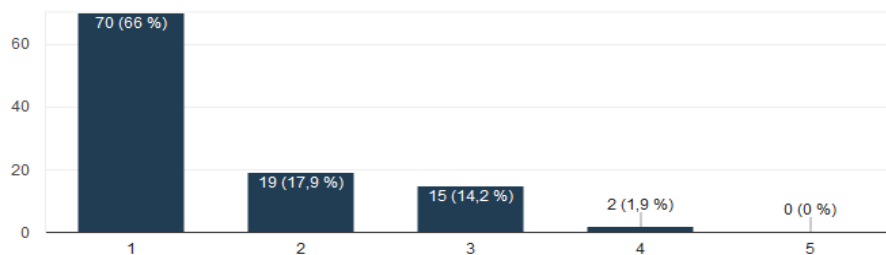
¿Cuál es tu opinión de qué Inditex tenga una política de respeto a los animales?

106 respuestas



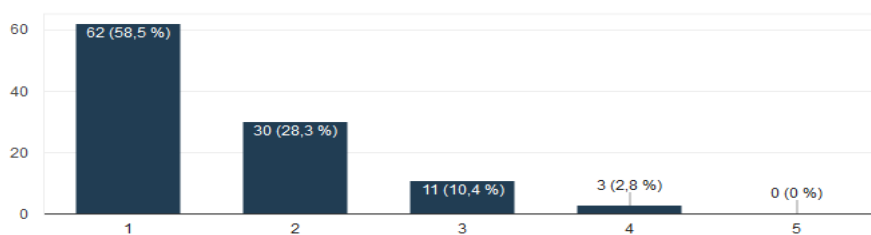
¿Cuál es tu opinión de qué Inditex tenga proyectos para reciclar y reutilizar sus productos?

106 respuestas



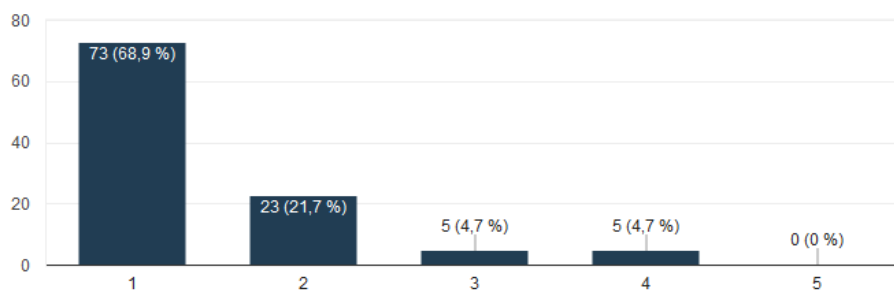
¿Cuál es tu opinión de qué Inditex tenga proyectos sociales y medioambientales con trabajadores de su propia empresa?

106 respuestas



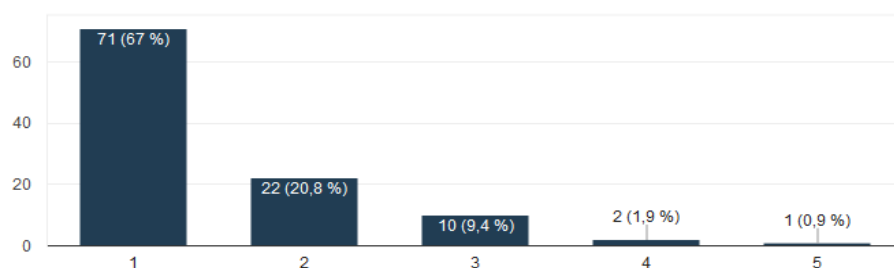
¿Cuál es tu opinión de qué Inditex realice programas de integración para colectivos con discapacidades y en riesgo de exclusión?

106 respuestas



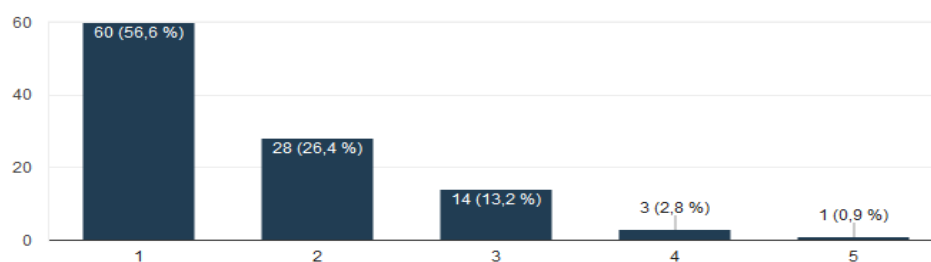
¿Cuál es tu opinión de qué Inditex desarrolle planes de igualdad que incluyen medidas para favorecer la conciliación laboral y familiar?

106 respuestas



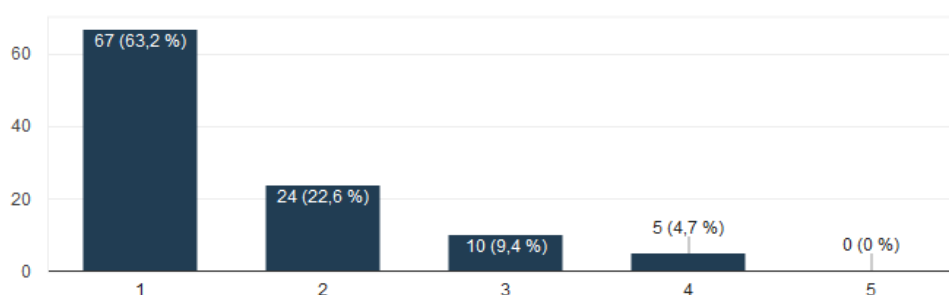
¿Cuál es tu opinión de qué Inditex tenga un Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores para que éstos trabajen de forma ética y responsable?

106 respuestas



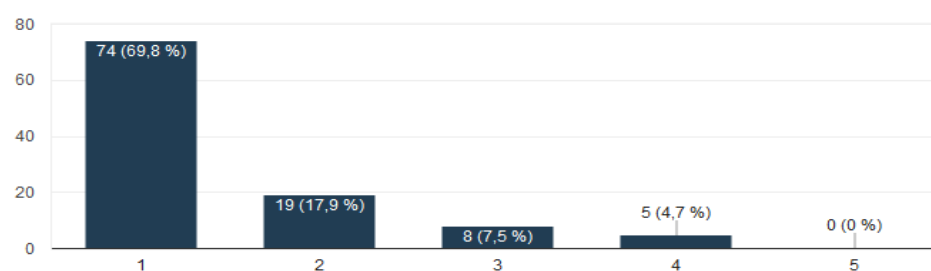
¿Cuál es tu opinión de qué Inditex colabore e invierta de forma voluntaria en educación, ayuda humanitaria y bienestar social?

106 respuestas



¿Cuál es tu opinión de qué Inditex sea totalmente responsable y respetuoso con el medio ambiente?

106 respuestas



Si Inditex no llevase a cabo ninguna de estas acciones de Responsabilidad Social Corporativa, ¿Seguirías consumiendo sus productos?

106 respuestas



Debemos resaltar por si hay alguna duda, que en las preguntas en las que se pide opinión en una escala del 1 al 5, 1 es "Muy positivo" y 5 "Muy negativo".

La investigación realizada nos permite destacar algunos resultados relevantes:

- A la hora de consumir productos de la marca Inditex, no se tiene en cuenta la Responsabilidad Social Corporativa, valorando otros aspectos como el diseño y sobre todo el precio.
- Los consumidores valoran de forma muy positiva los ejemplos que he puesto en el cuestionario de acciones de Responsabilidad Social Corporativa de Inditex.
- Los consumidores reparten mucho su votación a la hora de valorar de forma positiva o negativa el hecho de que Inditex tenga un Código de Conducta y Prácticas Responsables; y un Código de Conducta para Fabricantes y Proveedores, para que en ambos casos se trabaje de forma ética y responsable. Creemos que este reparto de nota en la valoración se debe a la falta de entendimiento o conocimiento sobre qué es un Código de Conducta. Podemos pensar que los consumidores saben que un Código de Conducta es algo bueno para una empresa, pero quizás no saben en qué sentido es bueno.
- Los encuestados valoran con la nota máxima (1, muy positivo) con mayoría absoluta acciones de Responsabilidad Social Corporativa como su política de respeto a los animales, proyectos para reciclar y reutilizar sus productos, programas de integración para colectivos con discapacidades y en riesgo de exclusión, planes de igualdad que incluyen medidas para favorecer la conciliación laboral y familiar, colaboración e inversión de manera voluntaria en educación, ayuda humanitaria y bienestar social, responsable y respetuoso con el medio ambiente. Podemos concluir que si los consumidores lo valoran de una forma muy positiva tan aplastante, Inditex debería reforzar estas áreas específicas de su programa de RSC para obtener mayor rendimiento de estas áreas, lo que se traduciría en una mejor imagen de empresa socialmente responsable de la que ya posee.
- En la última pregunta, a pesar de que la mayoría diga que no consumiría productos si Inditex no realizase estas acciones de Responsabilidad Social Corporativa, un 36,8% ha respondido que si los consumiría, mostrando indiferencia a si es socialmente responsable o no. En mi opinión ese porcentaje debe ser mayor, ya que muchos consumidores en realidad pensarán

que les da igual si son o no son socialmente responsables mientras el producto satisfaga su necesidad.

Como conclusión más general de los resultados de este cuestionario, pensamos que los consumidores valoran que una empresa sea responsable y ética socialmente, pero a la hora de consumir productos que son básicos, como comida, bebida o ropa (nuestro caso), el consumidor no mira tanto esos detalles, sino que el producto sea de calidad y al menor precio posible.

CAPÍTULO 4:

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN.

4.1 CONCLUSIONES:

Podemos sacar como conclusiones de la Responsabilidad Social Corporativa de Inditex que hemos podido comprobar después del estudio que Inditex:

- Apuesta fuertemente por nuevos caminos hacia la innovación y desarrollo por medio de la Responsabilidad Social Corporativa para afianzar su imagen como la mejor empresa de distribución de moda del mundo.
- Estando de acuerdo con los derechos humanos y acciones sociales en todos sus procesos de producción, distribución y comunicación, hacen que su imagen corporativa sea de importancia máxima para el crecimiento de valor de sus intangibles en el desarrollo del Grupo.
- Inditex consigue gestionar la totalidad de sus distintas actividades por medio de la ética, la buena fe, su relación con la sociedad en general, el diálogo constante con sus grupos de interés y la transparencia informativa para el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad de la empresa.
- Inditex consigue ser una marca de prestigio a través de continuas inversiones en acción social con sus patrocinios y mecenazgos apoyando a instituciones, fundaciones y ONGS de diferentes ámbitos geográficos que están vinculados con la actividad de la empresa.
- Tiene una buena imagen para los consumidores gracias a su Responsabilidad Social Corporativa (Además de sus productos de calidad). A los consumidores les gusta que Inditex de trabajo a personas excluidas y discapacitadas, que sean éticamente responsables, que tengan proyectos para reciclar y reutilizar sus productos, política de respeto a los animales... Todo esto influye de manera muy positiva en la mente del consumidor, y en el futuro Inditex debe aumentar más si cabe sus esfuerzos de RSC para tener una imagen más fuerte todavía si cabe.

4.2 LIMITACIONES.

Como limitaciones de nuestro estudio podemos destacar:

- En lo referente al cuestionario del apartado 3, el número de encuestas realizadas (106 respuestas registradas) es pequeño para una empresa que opera a nivel global como es Inditex. Es aconsejable aumentar el tamaño de la muestra para obtener conclusiones más seguras y fiables.

- En nuestro estudio de la Responsabilidad Social Corporativa de Inditex, cabe la posibilidad de que solo nos hayamos centrado en todas las acciones y planes que le benefician o favorecen a Inditex y que ésta realiza bien, sin pararnos a estudiar en profundidad conflictos que han dañado la buena imagen y reputación de Inditex en momentos puntuales, como los casos de presencia en paraísos fiscales, escándalos que relacionan a Inditex con vulneraciones de los derechos humanos, laborales y medioambientales (Caso Rana Plaza y casos de explotación de mano de obra esclava en Brasil, China e India). Lo más probable es que deberíamos haber estudiado más en profundidad estos casos polémicos para la RSC de una empresa del tamaño de Inditex para demostrar que a veces Inditex también ha tenido errores graves.

- En el cuestionario del apartado 3, cabe la opción de que sea un cuestionario en el que es difícil que las respuestas sean negativas. Cabe la posibilidad de que podríamos haberlo elaborado introduciendo preguntas sobre temas más complicados para la buena imagen de Inditex para conocer también la opinión de los consumidores sobre acciones (puntuales o no) que Inditex no ha realizado o no realiza bien.

4.3 LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN.

Como líneas futuras de investigación, podemos seguir estudiando sobre la Responsabilidad Social Corporativa de Inditex:

- Las malas prácticas del Grupo Inditex en materia de Responsabilidad Social Corporativa.
- Acceder a los empleados de Inditex para conocer la opinión de éstos sobre la Responsabilidad Social Corporativa de su empresa.
- Profundizar más en el estudio de la opinión de los consumidores sobre determinadas dimensiones de la RSC, buscando saber su opinión en aspectos más específicos de la RSC de Inditex.
- Valorar la influencia de la Responsabilidad Social Corporativa en la imagen de la empresa.

- Estudiar en primera persona las acciones de Responsabilidad Social Corporativa, visitando centros y establecimientos donde Inditex tenga más presencia de su RSC y poder validar todo lo que Inditex realiza en materia de RSC.

CAPÍTULO 5.

5. BIBLIOGRAFÍA.

Rodríguez, Alejandro (2013)., "Los inicios de la Responsabilidad Social Empresarial, ¿Cómo ha evolucionado?", Disponible online: <https://www.guioteca.com/rse/los-inicios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-como-ha-evolucionado/>

Herrera Boxo, Carlos (2012)., "Antecedentes e historia de la RSC", Disponible online: <http://www.eoi.es/blogs/carlosherrera/2012/02/20/antecedentes-e-historia-de-la-rsc/>

Junta de Andalucía (2009)., "Definición de Responsabilidad Social Corporativa", Disponible online: http://www.cge.es/PortalCGE/novedades/2011/PRLCGE/promodiviii/pdfs/capitulo1_1.pdf

Vega, Randall (2005)., "¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa?", Disponible online: <http://www.monografias.com/trabajos24/responsabilidad-social-corporativa/responsabilidad-social-corporativa.shtml#quees>

Web oficial de Inditex: <https://www.inditex.com/es/home>

Inditex (2012)., "Código de conducta y prácticas responsables", Disponible online: <https://www.inditex.com/documents/10279/241584/C%C3%B3digo+de+Conducta+y+Pr%C3%A1cticas+Responsables/f81f24f4-1e1e-4452-9584-905822713e52>

Rodríguez, Rubén (2017)., "Todas las sociedades de Inditex en paraísos fiscales", Disponible online: http://galicia.economiadigital.es/directivos-y-empresas/todas-las-sociedades-de-inditex-en-paraisos-fiscales_404238_102.html

Palomo, Virginia (2015)., "Los trapos sucios de Inditex", Disponible online: <https://dirigentesdigital.com/articulo/economia-y-empresas/22536/los-trapos-sucios-de-inditex.html>

Muñoz, Julio (2016)., "La RSC de Inditex en entredicho", disponible online: <https://www.capitalmadrid.com/2016/9/29/43774/la-rsc-de-inditex-en-entredicho.html>

Portal "Responsabilidad Social Corporativa", disponible online:

<http://responsabilidad-social-corporativa.com/beneficios-de-la-responsabilidad-social-corporativa/>

Web oficial Intermón Oxfam:

<http://www.oxfamintermon.org/es>

Web oficial Organización Internacional del Trabajo (OIT):

<http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>