

TRABAJO DE FIN DE GRADO

La Responsabilidad Social Corporativa
como principal eje de la sostenibilidad:
Caso Inditex



FACULTAD DE COMUNICACIÓN
GRADO EN PERIODISMO
CURSO 2019-2020

AUTORA: MARÍA LOBATÓN BELTRÁN
TUTORA: ISADORA SÁNCHEZ TORNÉ

Índice

Capítulo 1.....	2
Introducción.....	3
Capítulo 2.....	5
OBJETIVOS.....	5
Capítulo 3.....	6
METODOLOGÍA.....	6
Capítulo 4.....	11
MARCO TEÓRICO.....	11
4.1 Definición de Responsabilidad Social Corporativa.....	11
4.2 Elementos que engloba la Responsabilidad Social Corporativa.....	14
Capítulo 5.....	20
Identificar las acciones de Responsabilidad Social Corporativa que realiza Inditex.....	20
5.1 Características de Inditex.....	20
5.2 Responsabilidad Social Corporativa de Inditex.....	21
Capítulo 6.....	31
ANÁLISIS PRÁCTICO: Inditex.....	31
6.1. Encuesta entre clientes.....	31
6.2. Entrevistas a personal.....	44
6.3. Entrevistas a puestos de responsabilidad de Inditex.....	49
Capítulo 7.....	55
Conclusiones.....	55
Bibliografía.....	57

Palabras Clave

Responsabilidad Social Corporativa (RSC) - Inditex - Empresa - Desarrollo Sostenible - Medio Ambiente

Key Words

Corporate Social Responsibility - Inditex - Company - Sustainable Development - Environment

RESUMEN

En los últimos años, los desastres naturales y sociales han hecho que la sociedad ponga sus ojos en las empresas y en el comportamiento ético de estas. Vivimos en un mundo globalizado en el que las tecnologías, redes sociales, medios de comunicación... tienen gran influencia en nosotros y nos dan la oportunidad de elegir los temas que nos parezcan realmente importantes, como por ejemplo el medioambiente.

De esta manera los individuos comienzan a demandar medidas de desarrollo sostenible a las empresas, y como respuesta a estas demandas nace la Responsabilidad Social Corporativa. Un concepto que abarca muchos marcos de actuación como el medioambiente o los derechos humanos, y hace que las empresas miren por los grupos de interés: accionistas, consumidores, empleados, proveedores, sociedad en general, distribuidores, administración pública, organizaciones sin ánimo de lucro, empresas colaboradoras, medios de comunicación, comunidad local, etc.

En España, hay empresas que tienen gran influencia como por ejemplo Inditex. El sector textil perteneciente al empresario Amancio Ortega Gaona, con el actual presidente al mando de este Pablo Isla, tiene mercado físico y online por casi todo el mundo. Por ello, es una buena referencia para ver cómo actúan las empresas a través de la RSC. La organización tiene como eje la sostenibilidad y dentro de ella un concepto muy importante, la transparencia. Ha tomado medidas muy importantes como el etiquetado JOIN LIFE, que diferencia las prendas hechas de una manera sostenible; la estrategia Closing the loop, para la recogida y reutilización de prendas que no se utilizan; objetivos propuestos para el desarrollo sostenible en los años 2019/2025 con medidas dentro de estos tan importantes como la eliminación 100% de plásticos.

Capítulo 1

Introducción

El interés por investigar sobre la Responsabilidad Social Corporativa viene dado porque desde hace muchos años las empresas contaminan nuestro ecosistema al mirar por sus intereses, emiten gases que dañan la capa de ozono, provocando también periodos de largas sequías, lluvias... en general varios desastres naturales (Rojas-Vargas y Madero-Gómez, 2018). Por otro lado, la tasa de pobreza se ha ido incrementando y con ella la desigualdad de ingresos, desvalorándose la propiedad común y dejando la visión de recursos a largo plazo a un lado (Rojas-Vargas y Madero-Gómez, 2018).

Por ello, según un estudio realizado por los autores Pérez Bernabéu y Sellés Cantó (2012, pág. 4) "aproximadamente un 15% de los consumidores españoles afirman que han dejado de comprar a empresas porque creen que realizan prácticas abusivas o irresponsables". Esto también se debe a problemáticas como:

- Abuso infantil
- Abuso a materias medioambientales
- Discriminación por raza, sexo o esclavitud.
- Participación de los consumidores en alguna causa social, ecológica o ética

Debido al desarrollo de las tecnologías y las redes sociales como principales canales de comunicación, los usuarios tienen más posibilidades para interactuar con todo lo que ocurre en la actualidad y elegir los temas que les parezca más interesantes (Salas Nestares, 2017). La autora nombra dos situaciones relevantes que se dan en la sociedad actual:

- Compartir las preocupaciones a través de la red
- El medio ambiente como preocupación social mundial

Lo primero es el bienestar de esta sociedad hasta tal punto que las empresas tengan que cambiar ciertos aspectos en sus actividades comerciales viéndose comprometida también a cambiar su objeto social (Fabián Leonardo Quinche Martín, 2017). Esto quiere decir, que además de la legitimidad jurídica, la empresa deberá ganarse la legitimidad moral y ética con la actividad comercial de productos que se han elaborado con total protección al medio ambiente y cuidado de la sociedad (Luque González y Herrero-García, 2017).

La sociedad debe informarse sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para saber el camino que tomarán las empresas como respuesta a las demandas de un público que gracias a la tecnología se encuentra informado y activo, demandando transparencia y honestidad por parte de estas tanto en temas sociales como medioambientales (Salas Nestares, 2017).

La tabla 1 recoge una serie de actuaciones, que los ciudadanos esperan de la segunda década del siglo XXI, por parte de las empresas comprometidas con el desarrollo sostenible según los autores Garzón Castrillón e Ibarra Mares (2014).

Tabla 1. Medidas que esperan los ciudadanos de la Gestión Verde

Utilización de los recursos de manera responsable, protección al medio ambiente y se minimice la cantidad de recursos naturales (agua, energía, minerales, etc.)
Que se incorporen a los bienes que la gente consume.
Reciclaje y reutilización de los bienes. Eliminación de recursos tóxicos que afecten a los empleados en los puestos de trabajo y a la comunidad.
Reducción de gases y actividades que provoquen daño al medio ambiente.

Fuente: Manuel Alfonso Garzón Castrillón y Alberto Ibarra Mares (2014, pág. 17)

De esta manera, muchos consumidores mantienen los criterios de sostenibilidad a la hora de comprar antes que el precio del producto (Pérez Bernabéu y Sellés Cantó, 2012). Para las empresas de nuestro país, por lo tanto, supone un riesgo en términos económicos incluso de supervivencia, el no responder a estas demandas de mayor responsabilidad y transparencia (Salas Nestares, 2017). Según el autor Jiménez (2010, pág. 2) "El énfasis en la responsabilidad social empresarial deberá ser otro elemento para incorporar al terreno de la gestión humana, si realmente lo que se busca es que desde la gestión de recursos humanos se consoliden verdaderos esquemas de organización que garanticen la supervivencia de las empresas". La no alejada crisis de colosos corporativos ha hecho que todo esto sea aún más evidente, y la mayoría de estas corporaciones peleen por obtener el cariño social (Salas Nestares, 2017). La autora aclara que todos los objetivos son imposibles de alcanzar sin una política de RSC verde.

Todas las grandes corporaciones deben cumplir con los compromisos de sostenibilidad debido a la estricta aplicación de leyes y porque de su actuación dependerá su imagen pública (Salas Nestares, 2017). Un apartado de la siguiente investigación sobre la RSC, será ver qué tipos de medidas implantan las empresas para actuar de una manera responsable, para ello se estudia el caso Inditex nombrado como gigante del sector textil en España. El conjunto de empresas de Amancio Ortega Gaona refleja en su marco de actuación que la RSC debe tener un obligado cumplimiento y que esta sea global además de integrar a todos los grupos de interés: clientes, proveedores, empleados, accionistas, fabricantes... (Política de RSC, Inditex S.A., 2015¹). La realización de entrevistas a grupos de interés de la empresa permite ver el grado de comunicación que tiene Inditex con estos en base a la RSC, ya que según las autoras Niño-Benavides y Cortés Cortés (2018, pág. 3) "el contexto actual exige a la organización una comunicación dinámica, flexible, abierta al diálogo con los grupos de interés; por lo tanto, la comunicación no es solo la representación de la organización, sino lo que la constituye, aquello que le da su identidad, su personalidad".

La investigación realizada se compone de siete capítulos, después de la introducción que pertenece al capítulo 1, se detalla los objetivos marcados para la realización del trabajo en el capítulo 2, a continuación el capítulo 3 contiene toda la metodología empleada, los capítulos 4 y 5 contienen el marco teórico en el que se desarrolla una amplia definición de Responsabilidad Social Corporativa y los elementos que esta desarrolla, así como las características de Inditex y las medidas de Responsabilidad Social Corporativa que el grupo textil lleva a cabo. Por otro lado, se hará un análisis práctico que contiene las entrevistas que refuercen la investigación en el capítulo 6, los entrevistados serán personal, clientes y puestos de responsabilidad. Después de la realización de marco teórico y análisis práctico, el capítulo siete se basará en las conclusiones de estos dos. Para finalizar el capítulo 8 contiene la documentación bibliográfica utilizada.

1

<https://www.inditex.com/documents/10279/240915/Politica+de+Responsabilidad+Social+Corporativa+de+Inditex/f3f8ce94-9534-4c91-a412-4a1672c959f2> (25.02.2020)

Capítulo 2

OBJETIVOS

- **2.1 Objetivo General**

El objetivo general de este trabajo es determinar el grado de conocimiento de las acciones de la Responsabilidad Social Corporativa de Inditex por parte de los clientes y trabajadores.

- **2.2 Objetivos Específicos**

Los objetivos específicos del trabajo pueden clasificarse de la siguiente manera:

- Establecer un marco teórico del concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
- Identificar las acciones de Responsabilidad Social Corporativa que realiza Inditex.
- Entrevistar a clientes y trabajadores de Inditex para determinar el grado de conocimiento de las acciones de RSC por parte de estos y así cumplir el objetivo general.

Capítulo 3

METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo sobre la Responsabilidad Social Corporativa de Inditex, he utilizado los siguientes portales, Dialnet y Google Académico a los que he accedido a través de FAMA US y en los que he encontrado gran parte de la bibliografía en la que se basan la Introducción y la primera parte del Marco Teórico, que abarca por un lado la Definición de Responsabilidad Social Corporativa y por otro, Elementos que engloban la RSC. La búsqueda de contenido ha sido a través de las siguientes palabras: Responsabilidad Social Corporativa, Sociedad y RSC, medioambiente y RSC, medioambiente y empresas, medioambiente y actividad empresarial, empresa sostenible, desarrollo sostenible en la Responsabilidad Social Corporativa, actuaciones de RSC, Derechos Humanos y RSC, etc. La búsqueda comienza el día 23/04/2020 con Dialnet, y siguen en esta base de datos y Google Académico los días: 23/04/2020-12/05/2020.

Por otro lado, la segunda parte del marco teórico recoge en el punto 5.1 las Características de Inditex para definir las he consultado la página oficial de Inditex y todos los apartados de estas. También he consultado Google Académico para encontrar definiciones sobre Economía Circular. Para realizar el apartado 5.2 que trata de las actuaciones de RSC de Inditex, siendo otro de los objetivos de este trabajo, se han utilizado documentos como Memorias Anuales de la empresa, la Política de Responsabilidad Social Corporativa de Inditex, la Política de Derechos Humanos de Inditex, noticias de medios sobre el grupo, la presentación de la Junta General de Accionistas de Inditex, etc. Hasta aquí se cumplen dos de los objetivos específicos de este trabajo, establecer un marco teórico del concepto de RSC e identificar las acciones de RSC que lleva a cabo Inditex. Los días que se han buscado en la página oficial, Memorias Anuales, en la revista Fashion NetWork o el Código Empresarial han sido 18/03/2020-20/05/2020.

Saber que conocimiento tienen los trabajadores y la sociedad sobre la RSC de Inditex es el objetivo general. Para alcanzarlo he realizado un análisis práctico que se ha dividido en tres partes: encuesta a clientes, entrevistas a trabajadores y entrevistas a personal.

En primer lugar, la encuesta a clientes se ha realizado a través de Google Forms y consta de preguntas personales, preguntas de valoración a la empresa y preguntas de conocimiento sobre la RSC de Inditex. El cuestionario tiene una gran variedad de porcentajes que permiten ver cuántas personas han participado, que saben sobre de Inditex, a qué se dedican, etc.

Cuestionario a Clientes

- Indique su género
- Indique su tramo de edad
- Nacionalidad
- Municipio de residencia
- Indique su valoración sobre Inditex del 1 al 5, siendo 1 la menor valoración y 5 la máxima
- Marque en que tiendas suele comprar con frecuencia dentro de la cadena Inditex
- Indique su nivel formativo
- Situación Profesional
- Si está trabajando ¿Cuál es su sector?
- ¿Sabes que los trabajadores de Inditex reciben formación para conocer sus productos, orientación para la atención al cliente, los procesos de tienda, el respeto a la diversidad y la inclusión?
- Valore del 1 al 5, siendo 1 la menor valoración y 5 la máxima, las siguientes afirmaciones: Las tiendas ofrecen diferentes formas de pago adaptándose a mis

necesidades (1. Pago a través del móvil 2. La utilización de ticket electrónico, en el caso que se compre online el cliente dispone de un ticket electrónico que sustituye al de papel para poder descambiar el producto. 3. Caja de pago rápida)

- Valore del 1 al 5, siendo 1 la menor valoración y 5 la máxima, las siguientes afirmaciones: Las tiendas ofrecen diferentes formas de compra adaptándose a mis necesidades (1. Presencial en la tienda 2. Compra Versátil: La compra que el cliente realice online se puede recoger en la tienda que este elija 3. Compra exclusivamente online: El cliente pide online y se lo llevan a casa, alcanza ya los 202 mercados 4. El empleado realiza la petición de la compra por online deseada por el cliente desde tienda)
- ¿Sabías que el 70% de los directivos de Inditex son mujeres?
- ¿Sabías que el 75% de su plantilla son mujeres?
- ¿Conocía la contratación de Inditex a mujeres víctimas de violencia de género a través del Proyecto Salta?
- ¿Sabías que Inditex contrata a personas discapacitadas para fomentar la integración de estas en la sociedad en colaboración con el Proyecto For&from?
- ¿Sabes que en Inditex un 16% de su plantilla disfruta de jornada reducida para el cuidado de menores?
- ¿Conoce el etiquetado JOIN LIFE que Inditex utiliza en las prendas que se han realizado de una manera sostenible?
- ¿Tenías conocimiento de la estrategia Closing the Loop que le ofrece al cliente la posibilidad de llevar prendas que no utilice a contenedores en las tiendas del grupo que se encuentre implantada?
- ¿Sabía que Inditex colabora con más de 620 organizaciones sociales entre ellas Cáritas para ayudar en el ámbito del empleo a personas con situaciones vulnerables?
- ¿Qué añadirías a las medidas de actuación de Inditex para una mejora en la atención al cliente?
- De las siguientes estrategias que se ha marcado Inditex para 2019, marque la que para usted personalmente es más importante
- De las siguientes estrategias que se ha marcado Inditex para 2020, marque la que para usted personalmente es más importante
- De las siguientes estrategias que se ha marcado Inditex para 2023, marque la que para usted personalmente es más importante
- De las siguientes estrategias que se ha marcado Inditex para 2025, marque la que para usted personalmente es más importante:
- Indique del 1 al 5 su valoración de Inditex, siendo 1 la menor valoración y 5 la máxima, después de conocer estas actuaciones de Responsabilidad Social Corporativa

En segundo lugar, se han realizado tres entrevistas a tres trabajadores de Inditex, con los siguientes perfiles:

- Ricardo, 40 años. Dependiente de Zara.
- Consolación, 31 años. Dependienta de Zara.
- Vanesa, 38 años. Dependienta de Zara y encargada de la sección de caballero.

Las preguntas que se le han realizado han sido las siguientes:

Preguntas personales:

- ¿Qué edad tiene?
- ¿Nacionalidad?
- ¿Qué función desempeña en la tienda como dependiente?
- ¿Están los clientes contentos con las siguientes formas de pago: Pago a través del móvil o utilización de ticket electrónico, en el caso que se compre online el cliente dispone de

un ticket electrónico que sustituye al de papel para poder descambiar el producto o caja de pago rápida?

- ¿Están los clientes contentos con las siguientes formas de compra: presencial en la tienda; compra Versátil que es la compra que el cliente realice online se puede recoger en la tienda que este elija; compra exclusivamente online en la que el cliente pide y se lo llevan a casa, alcanza ya los 202 mercados o la que el empleado realiza la petición de la compra por online deseada por el cliente desde tienda?
- Valora del 1 al 5 (siendo 1 el menor valor y 5 el mayor) en qué medida sientes que Inditex vela por la igualdad de trato y oportunidad entre sus trabajadores.
- ¿Sabías que el 70% de los directivos de Inditex son mujeres?
- ¿Sabías que Inditex ofrece formación en relación a la atención al cliente, conocer los productos, los procesos de la tienda, respeto a la biodiversidad y a la inclusión? Si es así, ¿la ha recibido?
- ¿Sabías que Inditex a través del Proyecto Salta contrata a mujeres víctimas de la violencia de género para su inclusión en la sociedad?
- ¿Tenías conocimiento de que Inditex contrata a personas con discapacidad a través del Proyecto For&from?
- ¿Conoces el etiquetado JOIN LIFE, puede contarme algo sobre él?
- ¿Está implantada la estrategia Closing the Loop basada en la recogida de ropa utilizada en la tienda en la que trabajas? ¿Puedes contarme algo sobre ella?
- ¿Sabías que la empresa colabora con más de 620 organizaciones sociales entre ellas Cáritas para ayudar en el ámbito del empleo a personas con situaciones vulnerables?
- ¿Sabías que Inditex tiene planteados unos Objetivos para el Desarrollo Sostenible para los años 2019/2025?
- ¿Puedes contarme algo sobre la Sostenibilidad de Inditex en relación con el medio ambiente?
- ¿Crees que debería de aumentar la información a trabajadores sobre medidas de Responsabilidad Social Corporativa?
- ¿Sabías que Inditex recoge toda la información sobre estas medidas en las Memorias Anuales en relación a la transparencia de contenido?
- ¿Crees que Inditex ofrece las mismas oportunidades a hombres y mujeres que trabajan en la empresa?
- ¿Piensas que recibís un trato justo e igualitario por parte de la empresa?
- ¿Qué ámbitos de la empresa mejorarías?
- Por último, escoge una un objetivo de los siguientes que la empresa tiene para conseguir en los años marcados:

2019:

- Todas las tiendas y sedes centrales ecoeficientes
- Recogida de prendas utilizadas a domicilio a puntos de entrega en Londres, París o New York
- Financiar al Instituto de Tecnologías Massachusetts-Mitt para la investigación de desafíos globales, recogida y reciclaje de prendas

2020:

- 100% de las tiendas ecoeficientes
- Aumentó del etiquetado JOIN LIFE de un 25%
- Todas las tiendas dispondrán de contenedores para la recogida de prendas usadas
- Compromiso Canopy: todas las prendas de origen vegetal provendrán de bosques sostenibles

2023:

- Eliminación por completo de residuos
- 100% de fibras celulósicas sostenibles
- Eliminación 100% de plásticos
- Recogida de todos los materiales de paquetería para su reciclaje o reutilización

2025:

- 80% d energías renovables en todas las instalaciones
- Utilización de algodón sostenible, poliéster reciclado y lino sostenible 100%

En tercer lugar, se ha realizado tres entrevistas a tres trabajadoras que ejercen puestos de responsabilidad en Inditex con los siguientes perfiles:

- Patricia, 25 años. Comercial de la Sección de Señora en Zara, y anteriormente formadora en Campus
- Esther, 38 años. Directora adjunta en Zara.
- Laura, 42 años. Formación en los puestos de responsabilidad de la sección de niño de Zara

Las preguntas que se le han realizado han sido las siguientes:

- ¿Qué edad tiene?
- ¿Qué función desempeña en la tienda?
- ¿Están los clientes contentos con las siguientes formas de pago: Pago a través del móvil o utilización de ticket electrónico, en el caso que se compre online el cliente dispone de un ticket electrónico que sustituye al de papel para poder descambiar el producto o caja de pago rápida?
- ¿Están los clientes contentos con las siguientes formas de compra: presencial en la tienda; compra Versátil que es la compra que el cliente realice online se puede recoger en la tienda que este elija; compra exclusivamente online en la que el cliente pide online y se lo llevan a casa, alcanza ya los 202 mercados o la que el empleado realiza la petición de la compra por online deseada por el cliente desde tienda?
- Valora del 1 al 5 (siendo 1 el menor valor y 5 el mayor) en qué medida sientes que Inditex vela por la igualdad de trato y oportunidad en el desarrollo para crecer dentro de la empresa
- ¿Puedes hablarme de la formación que ofrece Inditex en relación a la atención al cliente, conocer los productos, los procesos de la tienda, respeto a la biodiversidad y a la inclusión? Si eres o has sido formador cuéntame un poco más sobre el proceso
- ¿Sabías que Inditex a través del Proyecto Salta contrata a mujeres víctimas de la violencia de género para su inclusión en la sociedad?
- ¿Tenías conocimiento de que Inditex contrata a personas con discapacidad a través del Proyecto For&from? ¿De qué forma se ayuda desde la tienda a su integración con los compañeros?
- ¿Conoces el etiquetado JOIN LIFE, puede contarme algo sobre él?
- ¿Está implantada la estrategia Closing the Loop basada en la recogida de ropa utilizada en la tienda en la que trabajas? ¿Puedes contarme algo sobre ella?
- ¿Sabías que la empresa colabora con más de 620 organizaciones sociales entre ellas Cáritas para ayudar en el ámbito del empleo a personas con situaciones vulnerables?

- ¿Puedes contarme algo sobre la Sostenibilidad de Inditex en relación con el medio ambiente?
- ¿Crees que debería de aumentar la información a trabajadores sobre medidas de Responsabilidad Social Corporativa?
- ¿Sabías que Inditex recoge toda la información sobre estas medidas en las Memorias Anuales en relación a la transparencia de contenido?
- ¿Crees que Inditex ofrece las mismas oportunidades a hombres y mujeres que trabajan en la empresa? ¿Por qué?
- ¿Piensas que recibís un trato justo e igualitario por parte de la empresa los puestos de responsabilidad?
- ¿Qué ámbitos de la empresa mejorarías?
- Por último: ¿Sabías que Inditex tiene planteados unos objetivos para el Desarrollo Sostenible para los años 2019/2025?
- El siguiente ejercicio consiste en elegir de cada año la medida que más te guste:

2019:

- Todas las tiendas y sedes centrales ecoeficientes
- Recogida de prendas utilizadas a domicilio a puntos de entrega en Londres, París o New York
- Financiar al Instituto de Tecnologías Massachusetts-Mitt para la investigación de desafíos globales, recogida y reciclaje de prendas

2020:

- 100% de las tiendas ecoeficientes
- Aumentó del etiquetado JOIN LIFE de un 25%
- Todas las tiendas dispondrán de contenedores para la recogida de prendas usadas
- Compromiso Canopy: todas las prendas de origen vegetal provendrán de bosques sostenibles

2023:

- Eliminación por completo de residuos
- 100% de fibras celulósicas sostenibles
- Eliminación 100% de plásticos
- Recogida de todos los materiales de paquetería para su reciclaje o reutilización

2025:

- 80% d energías renovables en todas las instalaciones
- Utilización de algodón sostenible, poliéster reciclado y lino sostenibles

Capítulo 4

MARCO TEÓRICO

4.1 Definición de Responsabilidad Social Corporativa

Para empezar, sería conveniente realizar una definición conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa y los ámbitos de actuación en los que se encuentra presente. El contenido se fundamentará en citas bibliográficas de diferentes autores que han hablado a lo largo de la historia sobre este concepto.

La globalización económica que trajo consigo la década de los 80 con las aperturas de fronteras y el libre cambio, también generó graves impactos ambientales globales. (Niño-Benavides y Cortés Cortés, 2018). En los 90, según los autores Avendaño (2013, pág. 3) "la discusión se abrió en torno a la función social de las empresas y su responsabilidad con la sociedad en general y el medioambiente".

En pleno siglo XXI gran parte de la sociedad piensa que este es el periodo de avance en el medio ambiente (Domench, 2001), además en este siglo destacan algunos eventos muy importantes para el medio ambiente (Garzón Castrillón e Ibarra Mares, 2014):

1. Año 2000: pacto mundial de la ONU en New York en el cual se firma la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, que se basa en el desarrollo sostenible, respeto a la naturaleza y responsabilidad común
2. Año 2009: se reúne la G20 que llega a varios acuerdos y entre ellos se encuentra la transición a la economía verde
3. Año 2009: se celebra también la XV Cumbre de las Naciones Unidas que hace honor al cambio climático

Debido a todas las medidas tomadas, las empresas comienzan a dar uso al concepto de sostenibilidad, según los autores Garzón Castrillón e Ibarra Mares (2014, pág. 9) " la empresa sostenible puede definirse como una organización humana que contribuye al desarrollo donde sostenible, se entienda como un futuro del planeta tierra con los humanos y desarrollo, como una mejora cualitativa de la condición humana que contribuye significativamente al desarrollo sostenible, donde los líderes deben gestionar las relaciones funcionales que abarcan la totalidad del sistema socio-ecológico".

Nuestra sociedad actualmente se encuentra volcada en el bienestar de la naturaleza, por ello las empresas se han marcado objetivos sociales que ha derivado al cambio de algunos aspectos de sus actividades comerciales (Quinche Martín, 2017). Esto quiere decir, que además de la legitimidad jurídica la empresa deberá ganarse la legitimidad moral y ética con la actividad comercial de productos que se han elaborado con total protección al medio ambiente y cuidado de la sociedad (Luque González y Herrero-García 2017).

Cuando comenzó el capitalismo la empresa solo tenía un fin, producir para conseguir el máximo beneficio, los intentos de mejora social tenían resultados negativos siendo los accionistas considerados como único grupo de interés (Méndez Picazo, 2005). Pero con el transcurso del tiempo la empresa comienza a tener otros aspectos en cuenta como el social y el medioambiental, y deja de tener como prioridad únicamente el factor económico (Méndez Picazo, 2005). De tal manera que ahora se mira desde el foco empresarial según Martínez Martínez y Gil Gil (2004, pág. 1) "al bienestar general, el cumplimiento de la normativa vigente, su comportamiento ético y el de su equipo directivo, la buena relación con los trabajadores, el respeto al medio ambiente o el apoyo a las personas más desfavorecidas de su entorno". La ética se considera "la ciencia del comportamiento moral" según Picazo (2005, pág. 2) y se relaciona con el origen y el desarrollo

económico a lo largo de la historia. La Responsabilidad Social Corporativa es el camino que utiliza la empresa por lo tanto para ejercer un comportamiento ético. A raíz de esto la empresa pone en práctica una conducta liderada por ciertas normas y valores éticos que pueden variar según la sociedad en la que se encuentre y según el momento de la historia que esté viviendo (Martínez Martínez y Gil Gil, 2004). Pero hay que aclarar en cuanto a sociedad, la empresa se implicará en la problemática relacionada con su actividad, como por ejemplo la contaminación, pero según los autores Martínez Martínez y Gil Gil (2004, pág. 4) "no serían de su competencia las discapacidades mentales, las drogodependencias o el analfabetismo de adultos".

La sociedad ha ido evolucionando, y gracias a que la ley ha regulado intereses de los individuos también relacionados con las empresas, los trabajadores de estas no solo se han conformado con la obtención de un buen salario, sino que desean sentirse valorados (Méndez Picazo 2005). Esta opinión toma gran cabida en las decisiones que la empresa decide llevar a cabo ya que de estos también depende la reputación de la misma, siendo muy importante para las relaciones de mercado (Méndez Picazo, 2005).

Según los autores Vaca Acosta, Moreno Domínguez y Riquel Ligeró (2007, pág. 1) "la sociedad, como consecuencia de los escándalos empresariales de los últimos años, fraudes contables, catástrofes ecológicas y medioambientales, escándalos filatélicos, se ha vuelto más exigente demandando a las empresas un mayor compromiso en sus actuaciones. Por este motivo, no es posible pensar en el éxito empresarial a largo plazo si se eluden las responsabilidades sociales". De tal modo que el término de Responsabilidad Social Corporativa, se ha convertido en las respuestas de las empresas a esas demandas que la sociedad solicita (Méndez Picazo, 2005).

La Responsabilidad Social Corporativa puede verse como la búsqueda del equilibrio entre el fin de las empresas que es generar el mayor número de ingresos, y la introducción de actuaciones en el mercado que no contribuyan de manera negativa al ámbito social y ambiental (Salas Nestares, 2017). La autora también aporta que (2017, pág. 4) "la RSC ha sido abordada en los medios de comunicación como un acto filantrópico desarrollado mayoritariamente por las grandes empresas que realizan determinadas acciones sociales. En otras ocasiones, se ha considerado como un reclamo de las ONG a las empresas para conseguir que tengan un compromiso económico, social y medioambiental, pero también se ha considerado como una nueva responsabilidad del siglo XXI o como una fórmula de comercialización, de imagen o de Relaciones Públicas". La implantación de esta en las empresas se ha realizado poco a poco y de manera informal con la demanda de instrumentos para implantar criterios de medida, evaluación y diagnóstico que ayudasen a estas a plantear planes de mejora para la aplicación de la RSC. (Enciso de Yzaguirre, 2011).

La RSC se incluye en un campo extenso de la definición por lo tanto no tiene un sustrato conceptual sólido como bien explica Avendaño (2011), pero de todas ellas se sacan una serie de valores en común como "la satisfacción de los clientes internos y externos, el desarrollo sostenible, la calidad, la preservación de los recursos, el impacto sobre la economía nacional". También puede verse como valores esenciales de esta la transparencia, sostenibilidad e inversiones responsables (Zorrilla Suárez, 2017). Para que se haga real dicha transparencia, la RSC tiene que introducir en todas las áreas de las empresas la gestión de dichos impactos ambientales y sociales que puedan afectar a los grupos de interés de estas, pero hacerlo desde el diálogo y con el cumplimiento de las exigencias legales (Salas Nestares, 2017).

Al hablar de una empresa socialmente responsable el autor Ganuza Fernández (2016) expone dos conceptos:

- La empresa que se preocupa por los accionistas y por los 'stakeholders' (trabajadores, consumidores, proveedores, sociedad en conjunto, etc.).
- Las acciones responsables que se lleven a cabo serán voluntarias.

El autor propone la siguiente serie de 'Círculos Virtuosos de la RSC':

1. Política de diferenciación del producto: La imagen del producto es clave para la decisión del consumidor. Como por ejemplo los ciudadanos están dispuestos a pagar más por la electricidad si saben que esta es obtenida de energía renovable.
2. Control de riesgos: boicots y demandas legales: Las acciones responsables hacen que se regulen esos riesgos 'reputacionales', que pueden provenir de demandas legales, boicots de parte de ONG, etc.
3. Csr como línea de negocio: A este punto el autor le llama el 'doble dividendo'. es decir, las inversiones que se realicen en medidas de RSC darán lugar a nuevos mercados y negocios.
4. Protección reguladora: Mantener relaciones con industrias fuertemente reguladoras de manera favorable afecta de una manera positiva a la empresa. el autor expone el ejemplo de que una empresa petrolera tiene la reputación de ser 'verde' tendrá más facilidades de crear nuevos pozos en zonas de reserva medioambiental, ya que la acción reguladora la ha favorecido.
5. Productividad y costes laborales: Las medidas de RSC tienen un impacto en las relaciones de las empresas con sus trabajadores de manera que; a las empresas les gusta trabajar con empresas responsables y pueden correr también el riesgo de aceptar un menor salario. otra premisa es que el departamento de recursos humanos dice que los trabajadores realizan mejor su labor si tienen buenas condiciones laborales.
6. Proveedores: Las empresas acuden a los proveedores para que cooperen con estas en la mejora de productividad, eficiencia y la creación del valor añadido y a cambio la empresa le dará a ello mejores condiciones de pago, consultar planes estratégicos, etc.
7. La inversión socialmente responsable: Según el autor si la empresa realiza una Inversión Socialmente Responsable, el coste del capital podría ser menor, siendo esto una fuente de ventaja competitiva.

El autor Ganuza Fernández (2016, pág. 8) dice "hemos demostrado que el fenómeno de la Responsabilidad Social Corporativa abre la posibilidad de crear círculos virtuosos donde todos ganan, la empresa puede maximizar beneficios y obtener una ventaja competitiva, al mismo tiempo que aumenta el bienestar de los stakeholders (consumidores, trabajadores, proveedores, etc.) y de la sociedad en general". De esta manera empresa y sociedad crean un vínculo en el que avanzan y crecen juntas (Peana Chivite y Gallardo, 2014).

Por otro lado, el autor Enciso de Yzaguirre (2011, pág. 97) propone una metodología en los sistemas de evaluación de las empresas para la implantación de la RSC:

- Informe de Responsabilidad Social que presentan las propias compañías.
- Evaluadores externos representados por stakeholders tanto internos como externos.
- Áreas y planes de mejoras que permiten la gestión de esta.

En otro aspecto, se encuentran las exigencias del exterior a las empresas que es lo que lleva a estas a implantar la Responsabilidad Social Corporativa. Los inversores son uno de los grupos de interés, aparte de consumidores u ONG, que exigen de la RSC a raíz de que el índice de sostenibilidad y la inversión ética en Europa haya crecido positivamente en los últimos años (Salas Nestares, 2017).

Por todo ello también se entiende RSC como la reputación de la empresa, es decir, una buena imagen pública a través del cumplimiento de sus actuaciones y comportamientos, forma parte del plan estratégico de esta (Salas Nestares, 2017).

Para concluir el autor Aguadero Fernández (2010, pág. 6) afirma que "la función y el aporte del uso correcto de la terminología en las organizaciones son un factor determinante para la productividad y la consecución de resultados positivos." El autor se refiere a resultados positivos la rentabilidad, satisfacción de los grupos de interés y sostenibilidad institucional. La tabla 2 recoge los puntos que Aguadero Fernández dice que ha sido necesario normalizar la RSC en las empresas:

Tabla 2. Factores que han hecho necesario la normalización de la RSC

1. La conveniencia de establecer unos criterios comunes entre organizaciones, grupos de interés y verificadores de la información que se hace pública
2. Proponer elementos de referencia para la verificación por independientes, incrementando así la credibilidad de la información
3. Orientar a las empresas e instituciones sobre la información más relevante a publicar y cómo estructurarla
4. Posibilitar la comparación entre las organizaciones que informan
5. Aprender unas organizaciones de otras
6. Identificar las mejores prácticas
7. Proporcionar a los consumidores y a los diferentes grupos de interés instrumentos de referencia

Fuente: Conceptos elaborados por el autor Aguadero Fernández en su artículo *La responsabilidad social corporativa como punto de encuentro*, pág. 13, 2010.

4.2 Elementos que engloba la Responsabilidad Social Corporativa

El siguiente apartado contiene los marcos de actuación en los que se encuentra presente la RSC, realizando un breve estudio de los grupos de interés, y llevando a cabo una investigación sobre la sostenibilidad como principal eje de esta a través de diferentes autores.

La Responsabilidad Social Corporativa por lo tanto nace como respuesta a los grupos de interés de las organizaciones. Las autoras Barrio Fraile y Jiménez (2018, pág. 5) dicen que "el término stakeholder, que no describe otra cosa, que a aquel que posee un interés con la empresa". Los stakeholders se consideran un nuevo esquema en la empresa, en el cual se sitúan los individuos que tengan algún vínculo con esta, haciendo de la organización un modelo complejo que se verá definido por las relaciones con los stakeholders y el equilibrio de estas.

- Accionistas
- Consumidores
- Empleados
- Proveedores
- Sociedad en general
- Distribuidores
- Administración pública
- Organizaciones sin ánimo de lucro
- Empresas colaboradoras
- Medios de comunicación
- Comunidad Local

Una labor muy importante que hoy en día tienen las empresas para llevar a cabo una correcta Responsabilidad Social Corporativa es la transmisión de información a todos los grupos de interés y sociedad en general, hay que informar de manera obligatoria la situación económica-financiera de las corporaciones a los socios y a la sociedad, ya que debido a la mala práctica de la falta de transparencia se han dañado muchas empresas españolas (Barrera Cerezal, 2016). El autor considera que tanto a nivel nacional como internacional (2016, pág. 5) "en los últimos años se han venido produciendo diversas modificaciones normativas sobre la regulación del funcionamiento de las empresas y de los mercados que, entre otros aspectos, han ido incorporando mayor nivel de transparencia al funcionamiento de las empresas".

Gracias al comportamiento de las organizaciones, haciendo especial mención a las multinacionales, con las actuaciones de sus filiales en los países del sur y el control del buen ejercicio de clientes, proveedores y accionistas, la pobreza podrá sustituirse por desarrollo (Valor, Hurtado y Marbán, 2009). Las organizaciones tienen compromisos morales como dicen las autoras Plaza y Bravo (2013, pág. 1) "con sus clientes internos, externos y la comunidad a la que se debe".

Para conseguir todo lo anterior, las empresas tienen que apostar por la RSC, consiguiendo así un mayor valor de su actuación (Barrera Cerezal 2016), por ello el autor dice que (2016, pág. 5) "existe una estrecha relación entre el concepto de **transparencia** de las empresas y el de RSE".

Uno de los conceptos principales que abarca la RSC es el **desarrollo sostenible** (Barrera Cerezal, 2016), este concepto se desarrolla en tres dimensiones, la económica, social y medioambiental (Aguadero Fernández, 2010). Al ser un concepto tan importante ha sido impulsado por Organismos Internacionales como las Naciones Unidas, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) que realiza una declaración en la que incluye recomendaciones éticas a empresas multinacionales y recomienda la transparencia empresarial y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), también aconseja a empresas multinacionales que bajen los efectos negativos que producen en la sociedad (Barrera Cerezal, 2016).

La tabla 3 explica el *Pacto de Naciones Unidas* de forma resumida por el autor Barrera Cerezal, (2016, pág. 6), que busca la involucración de las empresas en retos sociales y medioambientales con la recogida de los Diez Principios del Pacto Mundial:

Tabla 3. Diez Principios del Pacto Mundial:

Derechos Humanos	Estándares Laborales	Medio Ambiente	Anticorrupción
Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva	Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente	Principio 10: Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.
Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos	Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción	Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental	
	Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil	Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente	
	Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación		

Fuente: Juan José Barrera Cerezal, *Transparencia y reputación como actitud y forma de ser de la empresa* (2016, pág. 6)

Por lo tanto, para este autor la RSC tiene que tener las actuaciones recogidas en la tabla 4:

Tabla 4. Ideas principales que abarca la RSC según Barrera Cerezal (2016):

1. El respeto a los derechos humanos
2. Prácticas de trabajo y de empleo (como la formación, respeto a la diversidad, la igualdad de género y la salud y el bienestar de los trabajadores), que favorezcan el entorno social donde opera la empresa
3. Las cuestiones medioambientales (como la biodiversidad, el cambio climático, el uso eficiente de los recursos, la evaluación del ciclo de vida y la prevención de la contaminación)
4. La lucha contra el fraude y la corrupción
5. La participación de las comunidades locales y el desarrollo
6. La integración de las personas con discapacidad
7. Los intereses de los consumidores, incluida la intimidad

Fuente: Juan José Barrera Cerezal, *Transparencia y reputación como actitud y forma de ser*

de la empresa, (2016, pág.13)

En cuanto a **medioambiente**, el autor Domench (2001, pág. 2) dice que "problemas tales como la contaminación atmosférica, la desaparición de la capa de ozono, la desertización de amplias zonas del planeta, la lluvia ácida, la desaparición de especies..." ha llevado a que las industrias se sientan presionadas de tal manera por la sociedad que han llevado a cabo sistemas de producción limpios y respetuosos. Para conocer las medidas que la empresa llevará a cabo con el fin de proteger el medioambiente y reducir los daños causados, hay que abarcar todas las actividades de esta, desde la producción, la relación con sus empleados, la manera de elegir los distribuidores... (Salas Nestares, 2017).

La causa de que la Responsabilidad Social Corporativa incluya al medio ambiente entre uno de sus principales elementos es "ciudadanos más comprometidos y gobiernos más comprometidos" (Salas Nestares, 2017, pág. 9). Los ciudadanos están tomando conciencia gracias a que el gobierno ha establecido una serie de condiciones que repercute de manera positiva a ese compromiso (Salas Nestares, 2017).

Abadía (2005) plantea los conceptos **eco-eficiencia** y **eco-justicia** para la interpretación del cuidado del medioambiente y el bienestar social. El primero quiere decir que para que haya una reducción de costes las empresas tienen que ser más eficientes en el consumo de energía, minerales, agua, etc. Por otro lado, la eco-justicia, es algo más novedoso, las empresas asumen el impacto que tienen en el desarrollo social y que pueden conseguir con sus buenas prácticas la reducción de la pobreza o defender los derechos humanos.

La autora Salas Nestares propone (2017, pág. 7) un **Código de Buenas Prácticas** en España que "sigue las iniciativas europeas de otros países y pretende dar transparencia y credibilidad a las empresas que están invirtiendo en desarrollos de productos y sus componentes que conducen al cuidado y protección de la naturaleza". En el código se contempla la exigencia de justificar cualquier tipo de publicidad sobre beneficios ambientales como no dañino para el medio ambiente, verde, ecológico, sostenible, de tal manera que no se utilicen si no tienen como demostrarlo. Salas Nestares (2017) afirma que ya desde 2011 los conceptos verde y sostenibilidad hacen que las organizaciones se comprometan con las generaciones futuras.

Gómez Nieto y Martínez Domínguez (2015) reflejan en su investigación sobre las medidas de la RSC que el marco de actuación de esta no debe estar limitado solo a la zona de confort de la empresa, sino que debe entenderse por un saber hacer ético. Una conducta ética interna busca una buena calidad en avances tecnológicos, productos y servicios, esto deriva a una 'gran marca', es una manera de mantener a medio y largo plazo a los clientes actuales y potenciales. Pero la ética no solo tiene que estar presente en el producto que la empresa ofrece, Gómez Nieto y Martínez Domínguez plantean varias situaciones que en el marco de actuación de la RSC (2015, pág. 7-8):

- Empleados: Las relaciones entre los que dirigen la empresa y sus empleados tienen que tratarse desde la dignidad humana. Debe haber un salario justo, trato correcto a los trabajadores, contrataciones responsables...
- Clientes: Tiene que haber garantía de calidad de los productos y servicio de posventa de calidad, para una buena fidelidad por parte del cliente.
- Competidores: Las organizaciones deben trabajar con una política de precios que debe respetarse. Deben tener transparencia en cuanto a la competitividad de productos y servicios, sin ánimo de perjudicar al competidor y no mentir en cuanto a las características de los productos y los servicios propios.
- Proveedores y distribuidores: La relación entre estos y la empresa se asienta en el respeto mutuo. Las negociaciones entre estos tienen que ser legales a medio y largo plazo y deben

evitar el enfrentamiento entre los competidores.

- Socios y accionistas: La empresa tiene que ofrecer todo tipo de documentación sobre esta de manera transparente.
- Comunidad y medioambiente: La empresa tiene que ser responsable en cuanto a su relación con la comunidad y el medioambiente.

Las autoras Puentes Poyatos y Velasco Gómez (2015) proponen los siguientes conceptos dentro del marco de actuación de la RSC:

- Gestión de Recursos Humanos: La empresa tiene que ofrecer prácticas laborales responsables, así como la contratación responsable y no discriminatoria. Los trabajadores de estas tienen que estar en continuo aprendizaje
- Salud y seguridad en el lugar de trabajo: Hay que cumplir con una normativa de prevención de riesgos laborales, igual que en la misma empresa también hay que exigir esa salud y seguridad en el trabajo a empresas subcontratadas o proveedores.
- Adaptación al cambio: La empresa deberá considerar los intereses de los afectados para reestructuraciones socialmente responsables. Tiene que comprometerse con el desarrollo local, con el empleo local y la inclusión social.
- Derechos Humanos: No se puede vulnerar de ninguna manera los derechos humanos fundamentales como el trabajo forzoso, trabajo infantil, discriminación en materia de empleo, etc.

Por lo tanto, además de la importancia de la actuación de la empresa en el entorno medioambiental, también tiene gran relevancia el factor humano en entornos dinámicos y de competencia, ya que gracias a la globalización y a la liberalización del mercado se incrementa la competencia de atraer y retener al personal con más talento, que se conseguirá gestionando de buena manera sus recursos humanos (Puentes Poyatos y Velasco Gómez, 2015).

Un elemento importante dentro del marco de actuación de la RSC es la inclusión de personas con discapacidad dentro de las empresas. Para la integración de estas se ha desarrollado la siguiente medida, una Cuota de reserva de puestos de trabajo para personas discapacitadas que según la ley el empresario la incluirá en su empresa de manera voluntaria (Puentes Poyatos y Velasco Gómez, 2015)

Es necesario nombrar *Los objetivos del Programa de Naciones Unidas para el desarrollo* (PNUD) en el cual ha participado más de 170 países. Gracias a estos disminuyó el hambre, se redujo la pobreza, la mortalidad bajo sus índices y los niños asistían a las escuelas más periódicamente. Pero actualmente esos "Objetivos de Desarrollo del Milenio (OMD)" han tenido que volver a plantearse dando lugar a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el año 2030 ya que con el paso del tiempo la problemática anterior ha vuelto a resurgir (Corona Lisboa, Kovac Ramón y Mijares Hernández, 2018).

La tabla 5 recoge los ODS relacionados con la actividad empresarial para 2030 que hoy son el motor de la Responsabilidad Social Corporativa y algunas de las metas que están dentro de estos:

Tabla 5. Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con la actividad empresarial (ODS) 2030

6. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles
17. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el desarrollo sostenible

Fuente: Corona Lisboa, Kovac Ramón y Mijares Hernández, *Agenda 2030 y objetivos del desarrollo sostenible*, 2018.

Capítulo 5

Identificar las acciones de Responsabilidad Social Corporativa que realiza Inditex

5.1 Características de Inditex

A continuación, realizaremos un breve viaje por la historia de Inditex, desde que nació hasta que se hizo una empresa internacional, sus características y expansión en tiendas y en mercado online.

La empresa de Amancio Ortega Gaona nace en 1963 en A Coruña, con el nombre de Confecciones Goa, el cual se ubicaba en un pequeño taller que distribuía vestidos y batas de mujer. En 1975 Amancio da nombre a su primera tienda ubicada en Arteixo, ZARA, dónde comenzaron a vender ropa de hombre, niño y mujer. Su nivel de expansión es positivo y ascendente, en 1983 ZARA cuenta nueve tiendas repartidas por España. Tras abrir el primer centro logístico con más de 10.000 metros cuadrados en Arteixo, Amancio Ortega da el nombre de Inditex al grupo que ya forman sus empresas (Página Oficial, Inditex, S.A.²). A pesar de que Ortega nunca utilizó la publicidad solo anunciaba la apertura de tiendas (Blanco y Salgado, 2011), Inditex no dejaba de crecer.

ZARA que ya había comenzado a expandirse internacionalmente, cruza el charco en 1989 con su primera tienda en el corazón de Manhattan, New York. Debido al buen crecimiento económico de Inditex, el grupo deja de ser solo ZARA, y se incorporan en 1991 Pull&Bear y Massimo Dutti. Siete años más tarde, nace Bershka con el objetivo de llegar al público más joven. Stradivarius, Oysho, Zara Home; primera tienda que además de ofrecer a los clientes ropa, distribuye artículos para decorar el hogar, y Uterqüe, serán las últimas tiendas en unirse al grupo (Página Oficial, Inditex, S.A.³).

Según la Memoria Anual⁴(2018) las diferentes marcas del grupo cuentan con el siguiente número de tiendas repartidas por todo el mundo y en el mercado online:

- Zara y Zara Home: cuentan con 2.131 tiendas y 154 mercados online
- Pull&Bear: 974 tiendas y 34 mercados online
- Massimo Dutti: 766 tiendas y 37 mercados online
- Bershka: 1.107 tiendas y 35 mercados online
- Stradivarius: 1.011 tiendas y 32 mercados online
- Oysho: 678 tiendas y 34 mercados online
- Uterqüe: 92 tiendas y 32 mercados online

El documento refleja que Inditex es un modelo de negocio que combina dos espacios: la tienda y online. En esta combinación es muy importante el diálogo que se mantiene con el cliente, ya que este se sitúa en el centro de la organización. La realización de las prendas por más de 700 diseñadores nace de la demanda escuchada en los diálogos empresa-cliente.

El RFID (radio frequency identification) es un sistema propio de la empresa en el que se identifican las prendas por radiofrecuencia, según el actual presidente del grupo Pablo Isla es un elemento de mejora en la gestión de productos en tienda y online (Fashion NetWork⁵, 2018). El

² <https://www.inditex.com/es/quienes-somos/nuestra-historia> (20.05.2020)

³ <https://www.inditex.com/es/quienes-somos/nuestra-historia> (20.05.2020)

⁴ https://static.inditex.com/annual_report_2018/pdfs/Memoria%20Anual%20Inditex%202018.pdf (02.05.2020)

⁵ <https://mx.fashionnetwork.com/news/inditex-implementara-el-sistema-rfid-en-todas-sus-cadenas-para-2020,958645.html> (20.05.2020)

sistema permite conocer la situación de stock del producto que se busca desde las plataformas logísticas hasta su venta.

Por otro lado, en la Memoria Anual (2018) se refleja los valores corporativos con los que trabaja la empresa:

- Humildad
- Orientación al cliente
- Autoexigencia
- Creatividad
- Respeto a los Derechos Humanos
- Contribuir al desarrollo sostenible
- Inconformismo
- Trabajo en equipo

Según la página oficial del grupo⁶, Inditex apuesta por la Economía Circular (EC), que tiene como objetivo el auge económico. Este tipo de economía es el resultado de la evolución de sostenibilidad y la aplicación del concepto en esta, en la sociedad o en el medioambiente. La EC es el camino para el logro del desarrollo sostenible (Sandoval, Jaca y Ormazabal, 2017).

La tabla 6 muestra el beneficio neto de la empresa en esos años y las tasas de variación de uno a otro, siempre positiva:

Tabla 6. Beneficio neto de Inditex

AÑO	BENEFICIO NETO	TASA DE VARIACIÓN
2014	2.510.000 millones de euros	
2015	2.882.000 millones de euros	14,82%
2016	3.161.000 millones de euros	9,68%
2017	3.372.000 millones de euros	6,67%
2018	3.448.000 millones de euros	2,25%

Fuente: Elaboración propia a partir de los Memorias anuales de Inditex: 2014⁷, 2015⁸, 2016⁹, 2017¹⁰ y 2018¹¹

5.2 Responsabilidad Social Corporativa de Inditex

El siguiente contenido abarca la actuación de Inditex dentro de la Responsabilidad Social Corporativa, y se sitúa en los años 2018, 2019 y 2020. También expone los Objetivos de desarrollo sostenible de la empresa para los años 2019-2025.

Inditex muestra a la sociedad su política de RSC aprobada por el Consejo de Administración el 9 de diciembre de 2015 en la que se recoge los siguientes apartados (Política de RSC, Inditex, S.A.,

⁶ http://static.inditex.com/annual_report_2016/nuestras-prioridades/compromiso-con-la-excelencia-de-nuestros-productos/apuesta-por-una-economia-circular.php (20.05.2020)

⁷ https://www.inditex.com/documents/10279/246648/Memoria_Anual_2014.pdf/118b65d5-10b3-4c9e-a4c6-17dceb1d59a2 (20.05.2020)

⁸ <https://www.inditex.com/documents/10279/246750/2015+Inditex+Annual+Report.pdf/ecf2dddc-e793-6aa6-1347-1ce511a8e131> (20.05.2020)

⁹ <https://www.inditex.com/documents/10279/319572/Informe+Anual+de+Inditex+2016/8feb6252-235c-4fd5-90c8-07c08ad7493e> (20.05.2020)

¹⁰ <https://www.inditex.com/documents/10279/563405/Memoria+Anual+2017+Inditex.pdf/8ccb8660-4eaf-ce54-1074-5ea11d351eeb> (20.05.2020)

¹¹ <https://www.inditex.com/documents/10279/619384/Memoria+anual+Inditex+2018.pdf/a00e0265-83b3-eee7-64f7-542bc8f1a344> (20.05.2020)

2015¹²):

- Asumir todo vínculo con los grupos de interés: accionistas, clientes, proveedores, organizaciones no gubernamentales, socios de negocio, comunidades locales y sociedad en su conjunto a través del establecimiento de prácticas sostenibles en su negocio.
- La política de RSC orientará la toma de decisiones del Consejo de Administración y sus comisiones.
- Oferta de un producto de moda que respete los estándares medioambientales y de una manera transparentes y dialogada respetando a los Derechos Humanos y Sociales.
- Para cumplir con el ámbito de la transparencia mostrarán sus Memorias Anuales que son completas al mostrar información, proporcionando indicadores económicos, sociales y ambientales de los ejercicios realizados.
- El cumplimiento de la RSC será de ámbito global, respetada por todas las organizaciones que forman la Industria de Diseño Textil, S.A., y por todo el personal que se encuentra dentro de esta con independencia del puesto que desempeñen.
- Los clientes y la atención a este como núcleo de esta política de RSC
- Se da uso a materias primas y fibras textiles sostenibles para la realización de prendas, de una manera ética y responsable. Para la salud y seguridad Inditex se rige por los principios recogidos en Clear to Wear¹³ y Safe to Wear¹⁴
- Los empleados deben ser tratados de una manera justa y digna
- Los fabricantes y proveedores deben cumplir la legislación laboral de los países en los que trabaja la empresa
- Compromiso con la transparencia y el fomento de la participación informada con los accionistas
- Colaboración con organizaciones sociales para ayudar a la comunidad a través de prácticas responsables
- Compromiso del cumplimiento de la legislación medioambiental y todas las obligaciones derivadas de estas, reduciendo todo lo posible la contaminación, el impacto ambiental que su cadena de suministro puede generar en los recursos generales como en las personas:
 - Reducir emisiones de efecto invernadero
 - Reducir el consumo de recursos naturales

12

<https://www.inditex.com/documents/10279/240915/Politica+de+Responsabilidad+Social+Corporativa+de+Inditex/f3f8ce94-9534-4c91-a412-4a1672c959f2> (25.02.2020)

13

https://www.inditex.com/documents/10279/241094/Pol%C3%ADtica+de+Salud+de+Producto_Inditex/4c15d657-e74e-8f01-b68c-08321783b63a (25.02.2020)

14

https://www.inditex.com/documents/10279/241145/Politica+de+Seguridad+de+Producto_Inditex/a0a6ff00-6fa0-2290-1220-0ccf156d6e33 (25.02.2020)

- Control con las sustancias químicas y peligrosas que se utilicen
 - Las prendas de origen animal serán extraídas de animales criados en granjas para la obtención de carnes
- Existencia de un Comité de Ética formado por cuatro miembros: Director de Recursos Humanos, Director de Responsabilidad Social Corporativa, Director de Autoría Interna y Secretario General y Director de Cumplimiento Normativo, que tiene como principal objetivo cumplir con los principios de actuación y normas. También se dispone de un Consejo Social que asesora a Inditex en cuanto a RSC, teniendo en cuenta la voz de los grupos de interés del grupo.

La empresa utiliza la expresión Right to wear (derecho a usar) para definir su modelo sostenible, en la que se abarca dos conceptos fundamentales: Derechos Humanos y Socios de Referencia. (Página Oficial, Inditex, S.A.¹⁵). La organización establece una Política de Derechos Humanos¹⁶ que colabora con Learning Business Programme de Shift¹⁷ una entidad especializada en Derechos Humanos. que se divide en dos partes:

- Derechos Humanos no laborables: respeto a las minorías y comunidades, derecho a la privacidad, derecho a la salud, derecho a la libertad de opinión, de información y de expresión, derecho a la seguridad de la persona, contribuir a la lucha contra la corrupción, derecho al medioambiente y al agua.
- Derechos Humanos laborables: rechazo al trabajo obligatorio o forzoso, rechazo al trabajo infantil, rechazo a la discriminación y a la biodiversidad, respeto a libertad de asociación y a la negociación colectiva, protección de la salud y seguridad de los trabajadores y por último condiciones laborales justas, equitativas y favorables.

Por otro lado, los Socios de Referencia son las organizaciones expertas en algunos de los ámbitos de actuación de Inditex, el grupo trabaja con estas para alcanzar objetivos comunes sociales, ambientales y humanitarios (Página Oficial, Inditex, S.A.):

- CANOPY
- CÁRITAS
- CEO WATER MANDATE
- FUR FREE ALLIANCE
- MAKE FASHION CIRCULAR
- ORGANIC OTTON ACCELERATOR
- SUSTAINABLE APPAREL COALITION
- TEXTILE EXCHANGE
- UNIVERSIDADE DA CORUÑA
- USC
- WWF
- ACT
- BETTER COTTON INITIATIVE
- BETTER WORK
- COTTON CAMPAIGN
- ENTRECULTURAS

¹⁵ <https://www.inditex.com/es/un-modelo-sostenible/right-to-wear> (18.03.2020)

¹⁶

<https://www.inditex.com/documents/10279/325624/Pol%C3%ADtica+de+Derechos+Humanos+de+Inditex.pdf/c563bb38-78a8-4de8-9463-08e0bbcc3212> (16.05.2020)

¹⁷ <https://www.shiftproject.org/business-learning/> (20.05.2020)

- ETHICAL TRADING INITIATIVE
- INDUSTRIALL GLOBAL UNION
- MÉDICOS SIN FRONTERAS
- PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TRABAJO
- UNI GLOBAL UNION
- WATER.ORG

En referencia al medio ambiente (Página Oficial, Inditex. S.A. ¹⁸), la empresa divide este ámbito en las siguientes áreas y con las siguientes metas:

- AGUA:
 - Reducir y mejorar la eficiencia del uso de esta en todas las áreas que abarca la empresa, incluyendo sus instalaciones
 - Hacer un uso más limpio y eficiente
 - Dejar a un lado el uso de vertidos químicos peligrosos en la fabricación de productos en 2020
 - Que los clientes tomen conciencia de cómo Inditex emplea el agua en la fabricación de sus productos
 - Hacer públicas las mejoras en la gestión sostenible del agua
 - Trabajar con grupos de interés que hagan posible esta gestión sostenible del agua
- ENERGÍA:
 - Reducir el consumo de energía y utilizar tecnologías con bajo consumo de carbono en todas sus instalaciones
 - Una cadena de suministro en la que se fomente la eficiencia energética
 - Tener en cuenta el diseño de productos más sostenibles
 - Etiquetar los productos de manera que se fomente la eficiencia energética entre los clientes
 - Promover el reciclaje y la reutilización de las prendas
 - Tiendas ecoeficientes consumen 20% menos de electricidad y 40% menos de agua
- BIODIVERSIDAD:
 - Uso de materias primas sostenibles: Algodón orgánico, Tencel ® Lyocell y fibras recicladas
 - Capacitar al área de suministro para que realice un uso de los recursos de una manera responsable
 - Fuentes sostenibles en el mobiliario de las instalaciones de madera y productos de papel, así como las bolsas, etiquetas y papeles de oficina bajo los Principios de PEFC/FSC¹⁹
 - Utilización de fibras artificiales que no provienen de bosques ni primarios ni de alto valor ecológico
- ESTRATEGIA CLOOSING THE LOOP²⁰:
 - Los clientes pueden llevar las prendas o cualquier producto textil que no utilicen a un contenedor que se encuentran en las tiendas de Inditex, para el reciclaje de estas

¹⁸ <https://www.inditex.com/es/comprometidos-con-el-medio-ambiente> (20/04/2020)

¹⁹ <https://www.pefc.es/np159.html> (20.05.2020)

²⁰ <https://www.inditex.com/es/comprometidos-con-el-medio-ambiente/closing-the-loop> (12.05.2020)

A través de la Memoria Anual ²¹(2018) publicada por la empresa, Inditex establece que para cumplir todos los objetivos propuestos en el modelo de negocio se fijan como referencia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda de 2030 de Naciones Unidas. Un modelo en el que Inditex afirma que el cliente se encuentra en el corazón de este y que solo se puede realizar de una manera sostenible. También afirma que la empresa tiene como motor de una manera mayoritaria el empleo femenino, por lo tanto, tiene gran relevancia dentro de esta el empoderamiento de la mujer y el impulso de la diversidad de género. La tabla 6 muestra la contribución de Inditex a los ODS de 2030 que aparecen numerados, y dentro de estos las áreas donde la empresa va a implantar esos objetivos.

Tabla 7. Inditex y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030

1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y Bienestar - Empleados - Cadena de suministro socialmente responsable - Productos - Comunidad
4. Educación de Calidad - Empleados - Comunidad
5. Igualdad de género - Empleados - Cadena de suministro socialmente responsable - Compliance, buen gobierno y cultura ética corporativa
6. Agua limpia y saneamiento - Productos
7. Energía asequible y no contaminante - Circularidad y uso eficiente de los recursos
8. Trabajo decente y crecimiento económico - Empleados - Cadena de suministro socialmente responsable - Comunidad - Compliance, buen gobierno y cultura ética corporativa
9. Industria, innovación e infraestructura - Productos - Circularidad y uso eficiente de los recursos - Transparencia fiscal
10. Reducción de las desigualdades - Comunidad
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumos responsables - Clientes - Gestión integral de la cadena de suministro - Productos - Circularidad y uso eficiente de los recursos - Comunidad
13. Acción por el clima - Circularidad y uso eficiente de los recursos

²¹ <https://www.inditex.com/documents/10279/619384/Memoria+anual+Inditex+2018.pdf/a00e0265-83b3-eee7-64f7-542bc8f1a344> (12.05.2020)

14. Vida submarina
15. Vida de ecosistemas terrestres - Productos
16. Paz, justicia e instituciones sólidas - Accionistas - Compliance, buen gobierno y cultura ética corporativa
17. Alianzas para lograr objetivos - Cadena de suministro socialmente responsable - Productos - Comunidad - Compliance, buen gobierno y cultura ética corporativa

FUENTE: Elaboración propia a partir de la Memoria Anual 2018 de Inditex

5.2.1 Actuaciones de Inditex año 2018

A continuación, tras el estudio a fondo de la Memoria Anual ²²(2018) como fuente para la realización de este apartado, algunas de las medidas llevadas a cabo para la consecución del bienestar de los grupos de interés en ese año, y las cataloga como *Nuestras Prioridades*.

Las prioridades con las que cuenta en 2018 son las siguientes:

- **Clientes:**
 - Inversión de 114.620.597 euros en el desarrollo de la tienda y plataforma online para facilitar la comunicación entre cliente y tienda.
 - Medios de pago:
 1. Pago a través del móvil
 2. La utilización de ticket electrónico, en el caso que se compre online el cliente dispone de un ticket electrónico que sustituye al de papel para poder descambiar el producto.
 3. Caja de pago rápida
 - Medios de compra:
 1. Presencial en la tienda
 2. Compra Versátil: La compra que el cliente realice online se puede recoger en la tienda que este elija
 3. Compra exclusivamente online: El cliente pide online y se lo llevan a casa, alcanza ya los 202 mercados
 4. El empleado realiza la petición de la compra por online deseada por el cliente desde tienda
 - Comunicación con el cliente a través de e-mail, atención telefónica, la web online, WhatsApp, redes sociales, encuestas, actividades grupales, etc.
 - A través de On Academy una academia de red virtual que sirve para formar a los empleados y que se conozca el producto, orientación al cliente, etc. En 2018 alcanza los 105.000 empleados y obtiene una respuesta del 94% de satisfacción por parte del cliente
 - Gracias al certificado ISO 27001, un estándar para la seguridad de información, el Departamento de Seguridad de la Información y Protección de datos, ofrece al cliente protección de sus datos personales y seguridad al pagar con tarjeta mediante Payment Card Industry – Data Security Standard.

²² https://static.inditex.com/annual_report_2018/pdfs/Memoria%20Anual%20Inditex%202018.pdf
(12.05.2020)

- **Empleados:**

Para la gestión y protección de los recursos humanos se dispone de la siguiente documentación:

1. Política de Seguridad y Salud Laboral:

- Certificaciones OHSAS 18001:2007: Normas que especifican los requisitos que hay que cumplir para una gestión correcta de la Seguridad y Salud Laboral.

- Cada año los empleados de esta tienen la posibilidad de someterse a pruebas médicas de manera voluntaria ofrecido por la empresa.

2. Política de Diversidad e Inclusión: esta establece el marco de integración de la diversidad de obligado cumplimiento para todo el grupo Inditex.
3. Código de Conducta y Prácticas Responsables: determina que debe haber respeto por parte de los empleados a todos los demás empleados y a toda la sociedad.
4. Planes de igualdad: se pretende fomentar la igualdad de género dentro de la empresa y en la sociedad en general.
5. Principios de Conducta Empresarial para la inclusión de LGTBI+ pertenecientes a las Naciones Unidas.

Esta gestión de los recursos humanos ha derivado en:

- Empoderamiento de la mujer: en 2018 el 75% de la plantilla, el 70% puestos directivos.
- 174.386 personas de 154 nacionalidades diferentes.
- Formación de 2,7 millones de horas a 146.446 empleados.
- 73% de empleados con contratos indefinidos.
- Brecha salarial es de un 0,8% a favor de las mujeres.
- Afiliación al proyecto Salta: contratación de mujeres que han sido víctimas de violencia de género.
- Proyecto For&from: franquicias sociales pertenecientes a diferentes cadenas del Grupo atendidas en su mayoría por personas discapacitadas. Contratación de 1.489 de personas.
- Adhesión a la plataforma digital REDI: acabar con los estereotipos que puedan dificultar la inclusión de este colectivo en el sector laboral.
- Conciliación entre lo profesional y lo personal: la baja por maternidad y paternidad por más de 2.000 personas y un 16% de trabajadores reducción de la jornada para el cuidado de menores.

- **Cadena de Suministro Responsable:**

Para la gestión de una cadena de suministro responsable se dispone de la siguiente documentación:

1. Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores: Se marcan los estándares que la cadena de suministro debe cumplir para formar parte de la empresa. Dentro de este código se encuentra la siguiente medida:

- Participación de los Trabajadores y con el de Prácticas de Compra Responsable: prácticas se da la fijación de precios, plazos de entrega y criterios de asignación a proveedores, para conseguir salarios dignos.

2. El Trabajador en el Centro (2019-2022): Iniciativa que muestra al trabajador como protagonista de todas las actividades. Desde este programa se aporta valor a la cadena de suministro a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que abarcan esta materia

Esta gestión de la cadena de suministro ha derivado en lo siguiente:

- Afiliación al Proyecto Lean que dio como resultado en China en 2018 el aumento de los salarios bases dentro de la fábrica un 53% y una mejora de la productividad del 40%.
- Empoderamiento de la mujer que se asienta en el quinto ODS, colaborando con proyectos como Medicus Mundi, Proyecto Sowhagyam Programa MIG SCORE, Programa HERfinance Digital Wages (BSR)
- 897 inspecciones en las que revisan la higiene, la seguridad, la prevención de riesgos, seguridad estructural o antincendios de las instalaciones.
- Participación con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para la protección del flujo de migrantes en Brasil, además se suman un programa de integración para los refugiados en Turquía de esa organización.

- **Medio Ambiente**

Para un compromiso socialmente responsable con el medioambiente se dispone de la siguiente documentación:

1. Estrategia de Agua, Energía y Biodiversidad: Busca promover los recursos sostenibles y naturales para realizar los productos, reduciendo los efectos negativos en el medioambiente.
2. Etiquetado JOIN LIFE: Diferencia a las prendas que han utilizado para su realización materias primas sostenibles y el consumo de energías renovables.
3. Política de la Sostenibilidad Medioambiental y el Plan Estratégico Medioambiental 2016-2020: Se crea para un diseño de moda en un entorno de fabricación socialmente responsable, de una manera ecoeficiente y respetuosa con el medioambiente.
4. Política de Productos Forestales de Inditex: Se firma en 2014 y busca el compromiso con al hábitat forestal para la obtención de materias primas como la madera o el papel de una manera responsable.
5. Estrategia Closing the Loop: Tiene como fin la recogida de prendas para darles uso de nuevo, es decir, reciclarlas.

Esta gestión del medioambiente ha derivado en las siguientes actuaciones:

- El etiquetado JOIN LIFE este crece un 75% más que en el año 2017 en todo el grupo. En ZARA un 34% más que en el ejercicio del año anterior
- Crecimiento de la utilización del algodón orgánico, pero también en el ejercicio de 2018 se recoge la viscosa Lenzing Ecovero como la más utilizada.
- Aumento del uso de materias primas recicladas en 13,9 millones de prendas.
- El 72% de la fibra forestal mundial proviene de fabricantes que defiendan soluciones para reducir la presión sobre espacios forestales.
- El ahorro energético de 2018 ha sido de un 2,55% por metro cuadrado menos que el año anterior.
- Avance con respecto al objetivo de 2025 en el cual se comprometen a que el 80% de la energía utilizada provenga de fuentes renovables.
- El consumo de agua es de un 9,24% menos por metro cuadrado en todas sus instalaciones con respecto al año anterior.
- La estrategia Closing the Loop alcanza 14.824 toneladas de prendas en las que también se encuentran calzado y complementos.

- **Comunidad**

Inditex ha participado en más de 620 programas sociales, superando los 46 millones de euros. Para conseguir un bienestar social, el grupo apoya desde el año 2011 el programa Cáritas por el empleo para personas que se encuentran en una situación vulnerable, y a medida que avanzó el año 2018 la empresa ha participado en 31 proyectos de economía social, 1.422 personas mejoraron su empleabilidad, 1.056 se formaron y 495 consiguieron un empleo. Otros proyectos sociales apoyados por el grupo son Programa EPGO, Programa En las Fronteras de Colombia, Programa Village Hope School, Every Mother Counts, Programa Brasil, Programa de Desarrollo Comunitario en Bangladés, etc.

5.2.2 Actuaciones de Inditex 2019/2020

Oficialmente la empresa no ha publicado la Memoria Anual 2019, por ello he utilizado como fuente la noticia del medio el Compromiso Empresarial ²³(2019) en la que el presidente Pablo Isla ha marcado unos objetivos entre los años 2019 y 2025 desde la Junta General de Accionistas de Inditex 2019 ²⁴para la obtención de un ciclo de sostenibilidad global, con dos pilares estratégicos:

- La transformación digital
- La transformación sostenible de la compañía

Los objetivos que la empresa ha establecido para los años 2019-2025 son los siguientes:

Año 2019:

- Todas las tiendas y sedes centrales ecoeficientes
- Recogida de prendas utilizadas a domicilio a puntos de entrega en Londres, París o New York
- Financiar al Instituto de Tecnologías Massachusetts-Mitt para la investigación de desafíos globales, recogida y reciclaje de prendas

Año 2020:

- 100% de las tiendas ecoeficientes
- Aumento del etiquetado JOIN LIFE de un 25%
- Todas las tiendas dispondrán de contenedores para la recogida de prendas usadas
- Compromiso Canopy: todas las prendas de origen vegetal provendrán de bosques sostenibles

Año 2023:

- Eliminación por completo de residuos
- 100% de fibras celulósicas sostenibles
- Eliminación 100% de plásticos
- Recogida de todos los materiales de paquetería para su reciclaje o reutilización

Año 2025:

²³ <https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2019/07/inditex-se-fija-metas-hacia-un-plan-de-sostenibilidad-global/> (13.05.2020)

²⁴

<https://www.inditex.com/documents/10279/626308/Presentacion+Junta+General+Accionistas+2019.pdf/425dbaa8-1c12-d8ec-3d84-c18a21e7d3ff> (17.05.2020)

- 80% d energías renovables en todas las instalaciones
- Utilización de algodón sostenible, poliéster reciclado y lino sostenibles

Capítulo 6

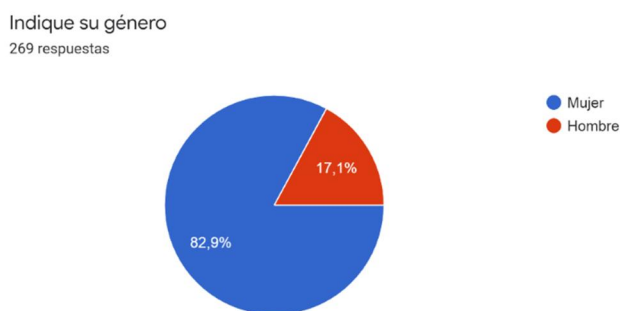
ANÁLISIS PRÁCTICO: Inditex

6.1. Encuesta entre clientes

Para conocer cuánto sabe la sociedad sobre la Responsabilidad Social Corporativa de Inditex Se ha realizado una encuesta entre clientes de 26 preguntas es uno de los objetivos de este trabajo. A continuación, explicaremos todas las gráficas recogidas en el formulario de Google Forms.

El gráfico 1 indica el género de las personas que corresponde a la pregunta 1 de la encuesta. Entre 269 personas, 46 son hombres con un 17,1% y 223 mujeres con un 82,9%.

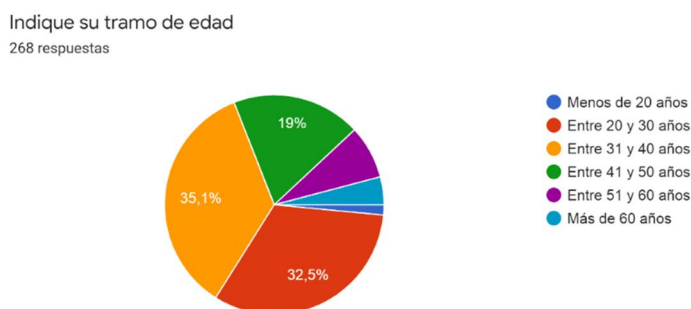
Gráfico 1. Género predominante entre los clientes de Inditex



Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms

La mayoría de clientes que han respondido al cuestionario (pregunta 2) tienen entre 31 y 40 años con un 35,1% porcentaje que corresponde a 94 personas. El menor porcentaje es del 1,5% con 4 personas de menos de 20 años (gráfico 2).

Gráfico 2. Tramo de edad de los clientes



Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms

La tercera pregunta de la encuesta corresponde a la nacionalidad de los 269 clientes que la han respondido con los siguientes resultados:

- 98,9% española (266 personas)
- 0,7% argentina (2 personas)
- 0,4% holandesa (1 persona)

Por lo tanto, el estudio sobre el conocimiento de la Responsabilidad Social Corporativa de Inditex se ha realizado con un mayor porcentaje entre clientes españoles con las siguientes residencias (pregunta 4):

- Jerez de la Frontera
- Sevilla
- Cartagena
- Barcelona
- Murcia
- Cádiz
- Utrera
- Madrid
- Sanlúcar de Barrameda
- Alcalá de Guadaira
- Coria del Río
- Ourense
- Córdoba
- El Puerto de Santa María
- La Coruña
- Dos Hermanas
- Alcalá del Río
- Manacor
- Málaga
- Puerto Real
- Los palacios y Villafranca
- Arahal
- La Barca de la Florida
- Pamplona
- El Torno
- Nueva Carteya
- Chiclana
- Getafe
- Arcos de la Frontera
- La Línea de la Concepción
- Carmona
- Estepona
- Huelva
- Peñarroya-Pueblonuevo
- Granada
- Algeciras
- Betanzos
- Minas de Riotinto
- Laredo

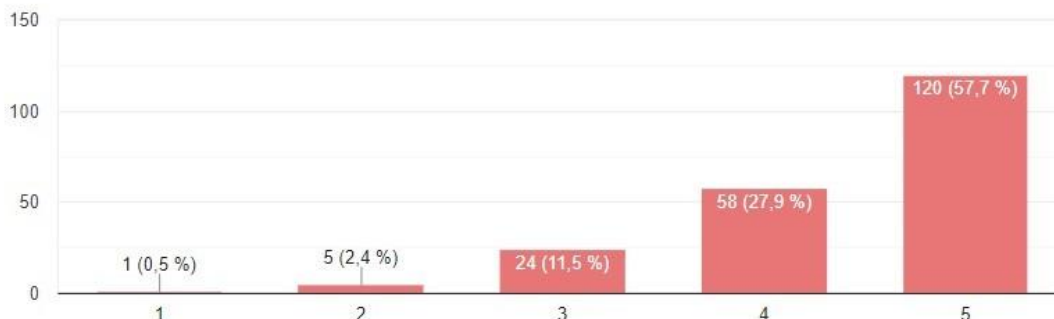
La encuesta ha alcanzado gran parte de España, pero predomina Andalucía.

Antes de introducir contenido de Inditex en las preguntas de la encuesta sobre RSC se le pide al cliente (pregunta 5) que indique su valoración del 1 al 5 sobre la empresa y los resultados se encuentran en el gráfico 3.

Gráfico 3. Puntuación a Inditex antes de leer la encuesta

Indique su valoración sobre Inditex del 1 al 5, siendo 1 la menor valoración y 5 la máxima.

208 respuestas



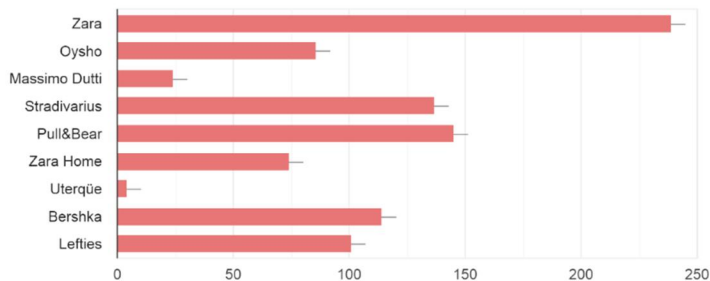
Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms

La pregunta 6 tiene como fin conocer en qué tienda compran más los clientes de Inditex que han respondido a la encuesta, los resultados se reflejan en el gráfico 4, siendo Zara la principal con 250 personas:

Gráfico 4. Tienda de Inditex más solicitada por el cliente

Marque en que tiendas suele comprar con frecuencia dentro de la cadena Inditex

266 respuestas

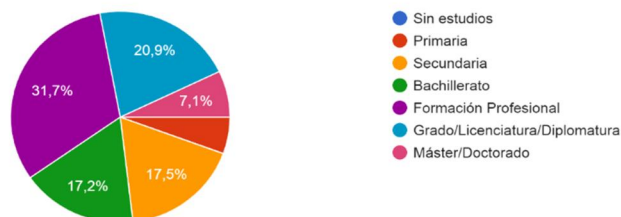


Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms

Las respuestas de las preguntas 7 y 8 que se relacionan con el nivel informativo y la situación profesional del cliente que responde a la encuesta reflejan según los gráficos 5 y 6 que la mayoría han recibido Formación profesional con un 31,7% (85 personas) y que casi todos los clientes se encuentran actualmente aslariad@s representando el 58,2% (156 personas):

Gráfico 5. Nivel formativo del cliente que responde a la encuesta

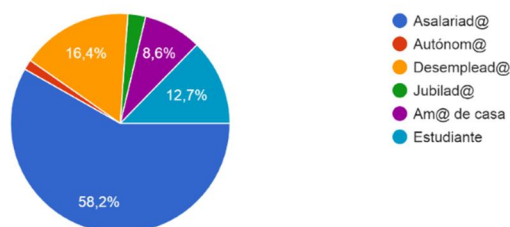
Indique su nivel formativo
268 respuestas



Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms

Gráfico 6. Situación Profesional del cliente que responde a la encuesta

Situación Profesional
268 respuestas



Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms

La pregunta 9 refleja los sectores en los que trabajan o profesiones de los clientes que ha participado en la encuesta:

- Comercio
- Hostelería
- Sanidad
- Deporte
- Turismo
- Moda
- Audiovisual
- Funcionari@
- Limipador@
- Administración
- Telemarketing
- Financier@
- Veterinari@
- Pescader@
- Emplead@ del hogar
- Educación
- Estudiante
- Ordenanza
- Consultoría
- Vigilancia
- Industria
- Retail

- Construcción
- Montador de inmobiliario urbano
- Contact center
- Perfumería y cosmética
- Justicia
- Logística
- Transporte

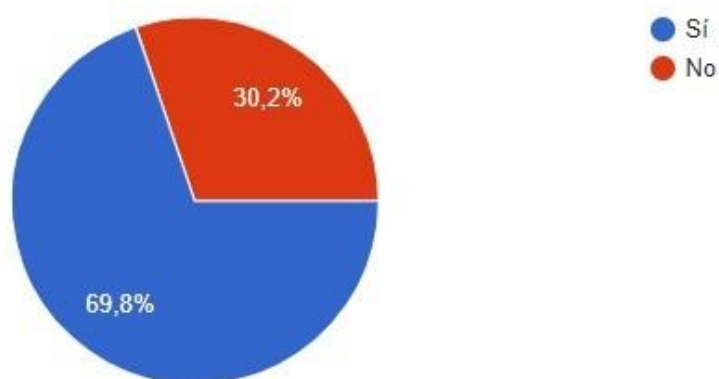
Los datos reflejados muestran que Inditex es una empresa que adapta sus precios a todos los públicos para que estos puedan alcanzar a sus productos.

Hasta aquí las preguntas más personales al cliente que ha realizado la encuesta. A continuación, el documento refleja las preguntas relacionadas con contenido de Responsabilidad Social Corporativa, que serán indicadas de la misma manera que en la encuesta y los gráficos obtenidos de Google Forms responderán a estas.

Pregunta 10. ¿Sabes que los trabajadores de Inditex reciben formación para conocer sus productos, orientación para la atención al cliente, los procesos de tienda, el respeto a la diversidad y la inclusión?

Gráfica 7. Inditex da formación a sus trabajadores para conocer productos, orientación para la atención al cliente, los procesos de tienda, el respeto a la diversidad e inclusión

268 respuestas



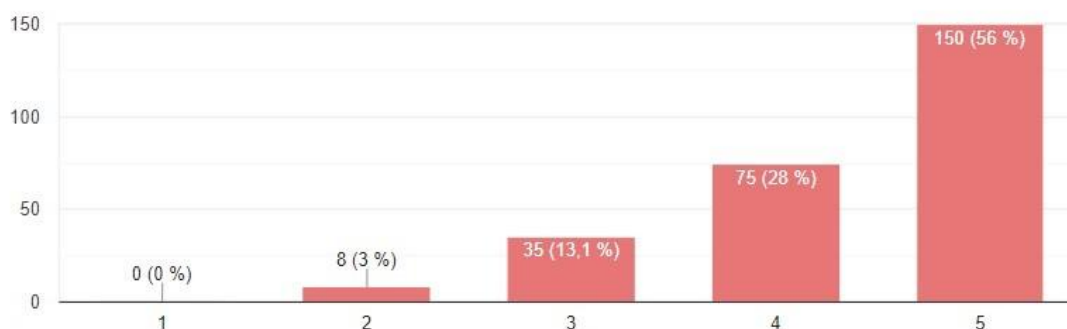
Fuente: Resultados en la encuesta de Google Forms.

Se observa que la población sí está informada de las formaciones que ofrece Inditex, por lo tanto, deben conocer los cursos que realizan a sus trabajadores, lo más probable es que sea a través de estos.

Pregunta 11. Valore del 1 al 5, siendo 1 la menor valoración y 5 la máxima, las siguientes afirmaciones: Las tiendas ofrecen diferentes formas de pago adaptándose a mis necesidades (1. Pago a través del móvil 2. La utilización de ticket electrónico, en el caso que se compre online el cliente dispone de un ticket electrónico que sustituye al de papel para poder descambiar el producto. 3. Caja de pago rápida): Con un 56% son 150 personas valoran a Inditex con un 5 en cuanto a formas de pago. Por lo tanto, la población está contenta con las diferentes formas de pago que las tiendas les ofrece, también destaca que nadie ha dado un 1 así lo refleja la gráfica 8.

Gráfica 8. Indicador del 1 al 5 tras valorar las formas de pago

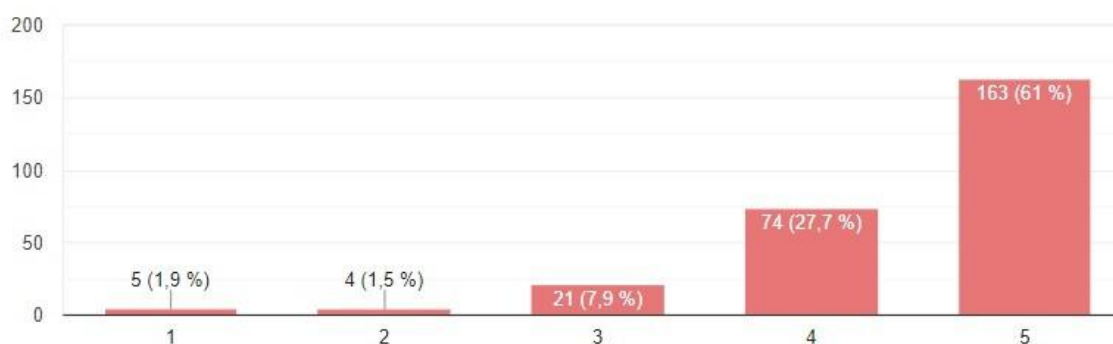
268 respuestas



Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms

Pregunta 12. Valore del 1 al 5, siendo 1 la menor valoración y 5 la máxima, las siguientes afirmaciones: Las tiendas ofrecen diferentes formas de compra adaptándose a mis necesidades (1. Presencial en la tienda 2. Compra Versátil: La compra que el cliente realice online se puede recoger en la tienda que este elija 3. Compra exclusivamente online: El cliente pide online y se lo llevan a casa, alcanza ya los 202 mercados 4. El empleado realiza la petición de la compra por online deseada por el cliente desde tienda): Con un 61% las 163 personas valoran a Inditex con un 5 en cuanto a formas de compra. Por lo tanto, es una medida de actuación positiva para la empresa, ya que hay una gran diferencia del 5 al 1 de 158 personas como refleja la gráfica 9.

Gráfica 9. Indicador del 1 al 5 tras valorar las formas de compra



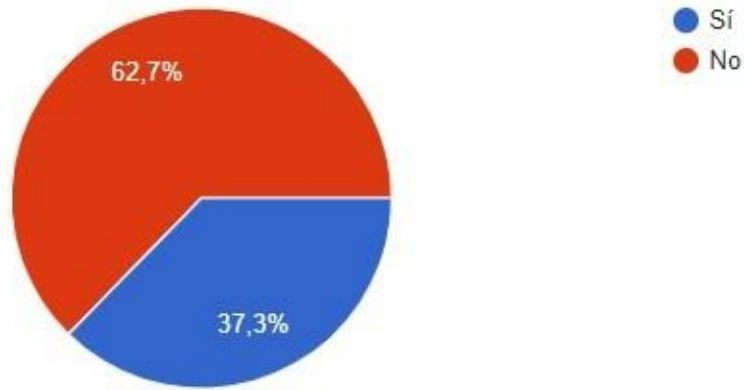
Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms

Pregunta 13. ¿Sabías que el 70% de los directivos de Inditex son mujeres?

La gráfica 10 nos dice que 168 personas tenían conocimiento de ello y 100 personas lo desconocían, por lo tanto, es una medida que refleja la transparencia de Inditex según la gráfica 10.

Gráfica 10. El 70% de mujeres en Inditex tienen puestos directivos.

268 respuestas



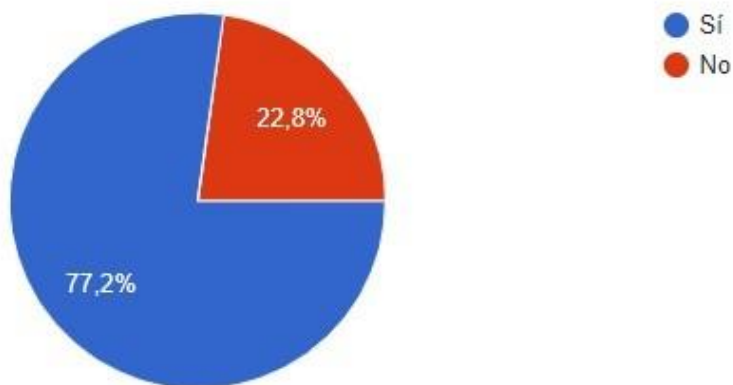
Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms.

Pregunta 14. ¿Sabías que el 75% de su plantilla son mujeres?

Es grande la diferencia que hay entre las 207 personas que han contestado que sí y las 61 personas que han contestado que no, según refleja la gráfica 11. Esto quiere decir que son muchas personas de las que han contestado que compran en tienda y tienen una atención directa con el personal.

Gráfica 11. El 75% de la plantilla de Inditex son mujeres.

268 respuestas



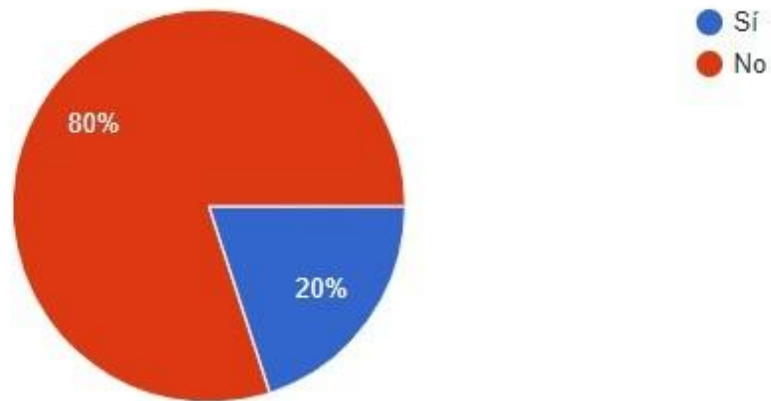
Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms.

Pregunta 15. ¿Conocía la contratación de Inditex a mujeres víctimas de violencia de género a través del Proyecto Salta?

Son 212 las personas que no tenían constancia de esta medida de actuación que actualmente responde a una problemática importante de la sociedad, y 53 personas las que han contestado que sí, así lo refleja la gráfica 12.

Gráfica 12. Inditex ayuda a mujeres víctimas de género a través del Proyecto Salta

265 respuestas



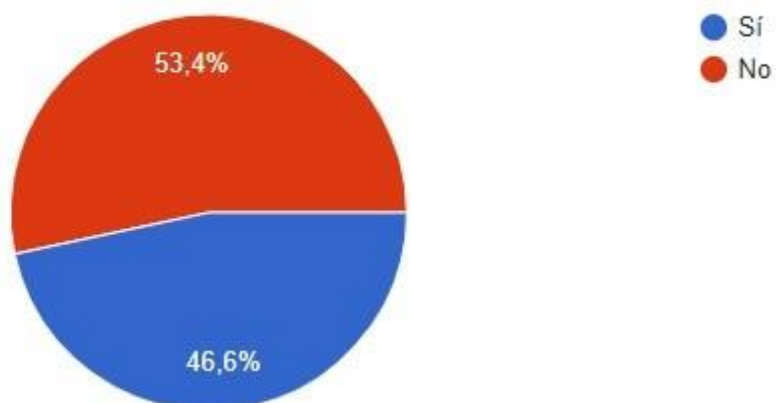
Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms.

Pregunta 16. ¿Sabías que Inditex contrata a personas discapacitadas para fomentar la integración de estas en la sociedad en colaboración con el Proyecto For&from?

143 personas han contestado que no y 125 que sí, aunque no hay mucha diferencia, es otra medida de actuación a la que la empresa debería de dar más difusión.

Gráfica 13. Inditex ayuda a personas discapacitadas a través del Proyecto For&From

268 respuestas



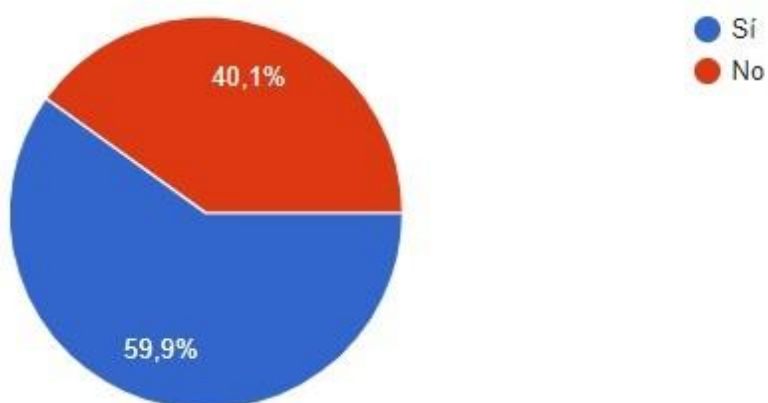
Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms.

Pregunta 17. ¿Sabes que en Inditex un 16% de su plantilla disfruta de jornada reducida para el cuidado de menores?

Aunque es una medida interna, la gráfica 14 refleja que 160 personas conocen la jornada reducida debido a menores, y 107 personas que lo desconocían, por lo tanto, podemos deducir que será a través de trabajadores o porque hayan revisado las Memorias Anuales.

Gráfica 14. Porcentaje de los clientes que conocían o desconocían que un 16% de la plantilla de Inditex disfruta de jornada reducida para el cuidado de menores

267 respuestas



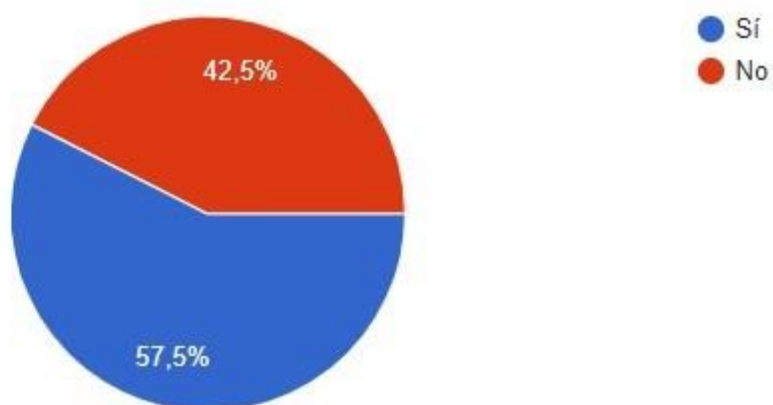
Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms.

Pregunta 18. ¿Conoce el etiquetado JOIN LIFE que Inditex utiliza en las prendas que se han realizado de una manera sostenible?

No es mucha la diferencia entre personas que han contestado que sí, 154, y las 114 personas que han contestado que no como refleja la gráfica 15. Hay que decir que es una etiqueta que viene en la misma prenda donde se refleja talla, precio... por lo tanto hay que poner mayor atención a estas para saber lo que estamos comprando o que los trabajadores den esa información para que los clientes se fijen.

Gráfica 15. El etiquetado JOIN LIFE refleja las prendas que se han realizado de manera sostenible.

268 respuestas



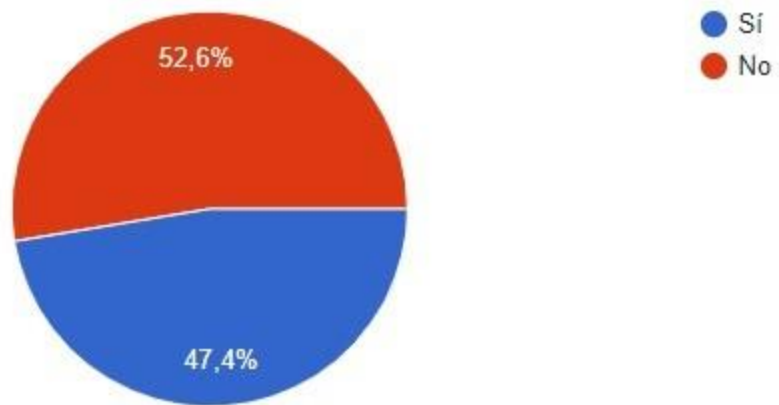
Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms

Pregunta 19. ¿Tenías conocimiento de la estrategia Closing the Loop que le ofrece al cliente la posibilidad de llevar prendas que no utilice a contenedores en las tiendas del grupo que se encuentre implantada?

La gráfica 16 nos muestra que 141 personas no conocían esta estrategia, y 125 sí. Inditex tiene que dar más difusión a esta medida de actuación ya que es muy importante dentro de la empresa.

Gráfica 16. Porcentaje de los clientes que conocían o desconocían la estrategia Closing the Loop

268 respuestas



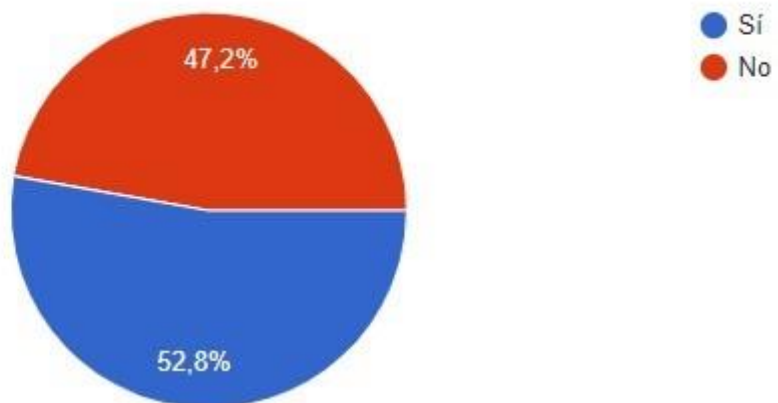
Fuente: Resultados obtenidos en la encuesta de Google Forms.

Pregunta 20. ¿Sabía que Inditex colabora con más de 620 organizaciones sociales entre ellas Cáritas para ayudar en el ámbito del empleo a personas con situaciones vulnerables?

141 personas han contestado que sí y 126 que no según la gráfica 17, aunque el porcentaje positivo sea mayoritario, la diferencia de personas es poca.

Gráfica 17. Inditex colabora con más de 620 organizaciones sociales incluyendo Cáritas.

267 respuestas



Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms.

Los resultados de la pregunta 21, muestran medidas de actuación que los encuestados añadirían para la mejora en la actualidad, un periodo difícil debido a la pandemia derivada del COVID-19, de Inditex en relación a la atención al cliente:

- Devoluciones online más eficientes en la recogida en casa para no tener que ir a las tiendas a realizarlas
- Una caja exclusiva para devoluciones
- Grupos de personas solo dedicadas a online
- Mayor número de plantilla en tienda
- Atención personalizada en la elección de ropa
- Más tiempo de devolución para las prendas
- Mayor atención al cliente (medida más repetida)

Las siguientes preguntas: 22, 23, 24 y 25 proceden a la exposición del Objetivos de Desarrollo Sostenible para los años 2019-2025 establecidos por la empresa. Cada año tiene sus objetivos, el cliente elije el que más le guste de todos, reflejados en las gráficas 17, 18, 19 y 20:

Gráfica 18. Objetivos de Desarrollo Sostenible año 2019

De las siguientes estrategias que se ha marcado Inditex para 2019, marque la que para usted personalmente es más importante:

265 respuestas



Fuente: Resultados en la encuesta en Google Forms.

- 128 personas elijen: Financiar al Instituto de Tecnologías Massachusetts-Mitt para la investigación de desafíos globales, recogida y reciclajes de prendas
- 125 personas elijen: Todas las tiendas y sedes centrales ecoeficientes
- 12 personas elijen: Recogida de prendas utilizadas a domicilio o puntos de entrega en Londres, París o New York

Gráfica 19. Objetivos de Desarrollo Sostenible año 2020

De las siguientes estrategias que se ha marcado Inditex para 2020, marque la que para usted personalmente es más importante:

266 respuestas



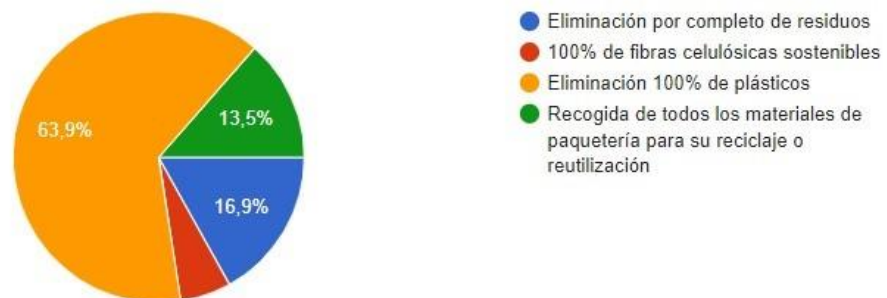
Fuente: Resultados en la encuesta de Google Forms.

- 90 personas elijen: El 100% de tiendas ecoeficientes
- 84 personas elijen: Compromiso Canpoy: todas las prendas de origen vegetal provendrán de bosques sostenibles
- 58 personas elijen: Todas las tiendas dispondrán de contenedores para la recogida de prendas usadas
- 34 personas elijen: Aumento del etiquetado JOIN LIFE

Gráfica 20. Objetivos de Desarrollo Sostenible año 2023

De las siguientes estrategias que se ha marcado Inditex para 2023, marque la que para usted personalmente es más importante:

266 respuestas



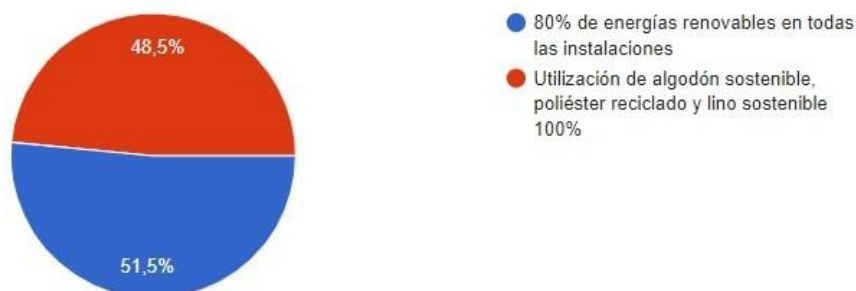
Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms.

- 170 personas elijen: Eliminación 100% de plásticos
- 45 personas elijen: Eliminación por completo de residuos
- 36 personas elijen: Recogida de todos los materiales de paquetería para su reciclaje o reutilización
- 15 personas elijen: 100% de fibras celulósicas sostenibles

Gráfica 21. Objetivos de Desarrollo Sostenible año 2025

De las siguientes estrategias que se ha marcado Inditex para 2025, marque la que para usted personalmente es más importante:

264 respuestas



Fuente: Resultados en la encuesta de Google Forms.

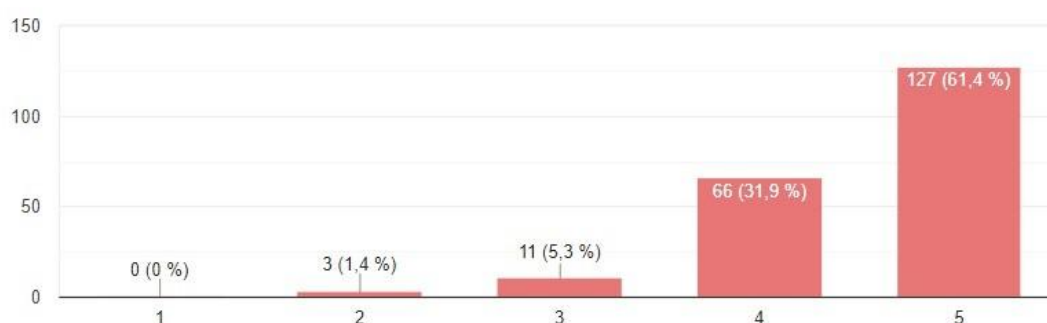
- 136 personas elijen: 80% de energías renovables en todas las instalaciones
- 128 personas elijen: Utilización de algodón sostenible, poliéster reciclado y lino sostenible 100%

Para finalizar la encuesta, después de realizar un breve repaso por las medidas de actuación de la RSC de Inditex, se vuelve a preguntar a los clientes qué puntuación le dan a la empresa al conocer tales medidas, la gráfica 21 muestra los resultados de esta última pregunta (pregunta 26):

Gráfica 22. Puntuación a Inditex después de leer la encuesta

Indique del 1 al 5 su valoración de Inditex, siendo 1 la menor valoración y 5 la máxima, después de conocer estas actuaciones de Responsabilidad Social Corporativa

207 respuestas



Fuente: Resultados de la encuesta en Google Forms.

El porcentaje de clientes que ha dado la puntuación más alta a Inditex al realizar la encuesta es de un 61,4%, en comparación con la gráfica 1. Por lo tanto, hacer este cuestionario les ha servido de ayuda para conocer mejor a la empresa y a sus medidas de RSC.

6.2. Entrevistas a personal

Las siguientes entrevistas han sido realizadas a 3 trabajadores de Inditex incluyendo una encargada de sección enfocadas al conocimiento de estos en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa de Inditex. A continuación, se muestra la estructura pregunta-respuesta:

1. ¿Qué función desempeña en la tienda como dependiente?
 - Ricardo (dependiente en tienda): Pues un poco de todo, en función de las necesidades que tenga la tienda. Asistir a un día de camión en el que llegan productos nuevos, estar en caja, atender al cliente en tienda, en probadores, etc.
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Mi función es dirigir la sección de caballero, pero realizo el trabajo como mis compañeros. Atender al cliente, si tengo que reforzar la caja, recoger la tienda, atender en probadores, ayudar al almacén, etc.
 - Consolación (dependienta en tienda): Ahora mismo soy dependienta y todo lo que eso conlleva, atender al cliente, ordenar la tienda... Ahora mismo estoy en la sección de caballero, pero he estado en todas las secciones ya que en Zara se va rotando para que los empleados conozcan un poco de todo. También soy cajera y conozco las funciones de almacén.

2. ¿Están los clientes contentos con las siguientes formas de pago: Pago a través del móvil o utilización de ticket electrónico, en el caso que se compre online el cliente dispone de un ticket electrónico que sustituye al de papel para poder descambiar el producto o caja de pago rápida?
 - Ricardo (dependiente en tienda): Sí, muy pocos son los clientes que tienen alguna queja. Tienen gran variedad dónde elegir las formas de pago que más les convenga y se le facilita así las compras.
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Los clientes están contentos, pero el ticket electrónico en personas más mayores suele crear cierta confusión ya que les cuesta bastante encontrarlos y les resulta difícil este método.
 - Consolación (dependienta): Sí, yo creo que sí sobre todo pagar con el móvil. Sobre la facilidad del ticket electrónico también, este ticket se proporciona por el e-mail o a la aplicación de la página web y ahí se encuentran los productos que ha comprado por si quiere descambiarlos.

3. ¿Están los clientes contentos con las siguientes formas de compra: presencial en la tienda; compra Versátil que es la compra que el cliente realice online se puede recoger en la tienda que este elija; compra exclusivamente online en la que el cliente pide online y se lo llevan a casa, alcanza ya los 202 mercados o la que el empleado realiza la petición de la compra por online deseada por el cliente desde tienda?
 - Ricardo (dependiente en tienda): Sí, siempre estamos para facilitar la compra del cliente, por internet, con tarjeta... Yo nunca he escuchado ninguna queja sobre las formas de compra.
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): La venta online ha tenido mucho éxito, pero es verdad que a la gente yo creo que la compra en tienda o el pedir online y que llegue a tienda les resulta más cómodo ya que pueden probar al instante, ver el tejido y demás.
 - Consolación (dependienta en tienda): Sí, en general sí. Es muy buena opción en la que nosotros compramos el producto de tienda ya que muchas veces las tallas no se

encuentran disponibles y sobre todo para clientes que no se desenvuelven con la tecnología.

4. Valora del 1 al 5 (siendo 1 el menor valor y 5 el mayor) en qué medida sientes que Inditex vela por la igualdad de trato y oportunidad entre sus trabajadores.

- Ricardo (dependiente en tienda): Para mi parecer está en un 3, ya que bueno actualmente la empresa se fija en perfiles más jóvenes.
- Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Lo valoro con un 5 porque Inditex trata por igual a todos los trabajadores y todos tenemos las mismas oportunidades.
- Consolación (dependienta en tienda): Yo creo que la más alta sobre todo en el ámbito de la mujer creo que estamos muy integradas y que es una empresa que apuesta mucho por nosotras así que le doy un 5.

5. ¿Sabías que el 70% de los directivos de Inditex son mujeres?

- Ricardo (dependiente en tienda): No lo sabía, pero me lo podía imaginar.
- Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Sí, pero noto que la integración del hombre frente a puestos directivos va en aumento y eso también es buena señal.
- Consolación (dependienta en tienda): Sí y me alegro bastante de esta apuesta por el género femenino.

6. ¿Sabías que Inditex ofrece formación en relación a la atención al cliente, conocer los productos, los procesos de la tienda, respeto a la biodiversidad y a la inclusión? Si es así, ¿la ha recibido?

- Ricardo (dependiente en tienda): Sí, yo he recibido formación a través de cursos y reuniones en las que nos han informado y formado bastante.
- Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Sí hay ciertas maneras de acceder a estos por ejemplo a través de la TGT de la tienda, de una aplicación que tenemos llamada INET y estamos continuamente formándonos.
- Consolación (dependienta en tienda): Sí sé que ofrece, nosotros tenemos una aplicación por el móvil llamada INET en la que nos dan muchos cursos de todo un poco, y por ahí cada vez que hay alguna oferta de curso me formo un poco, además de las indicaciones que nos dan nuestros responsables en tienda a la hora de atender al cliente y demás.

7. ¿Sabías que Inditex a través del Proyecto Salta contrata a mujeres víctimas de la violencia de género para su inclusión en la sociedad?

- Ricardo (dependiente en tienda): Algo tenía oído, lo que no sabía exactamente es de qué manera ni conocía el Proyecto Salta.
- Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Lo desconocía, pero me parece como todo lo que hace una gran labor.
- Consolación (dependienta en tienda): No lo sabía, pero me alegro enterarme muchísimo de que mi empresa incluya esa medida en su ámbito de actuación.

8. ¿Tenías conocimiento de que Inditex contrata a personas con discapacidad a través del Proyecto For&from?

- Ricardo (dependiente en tienda): Sí, en Zara de Nervión hemos tenido a varios compañeros con alguna minusvalía.

- Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Conozco la implicación que tiene Inditex con las personas que tienen algún tipo de discapacidad, todos los años se incorporan compañeros y estamos muy contentos de poder ayudarlos.
 - Consolación (dependienta en tienda): Claro he tenido a varios compañeros y es estupendo porque todo el mundo tiene derecho. También quiero decir que son muy buenos trabajadores.
9. ¿Conoces el etiquetado JOIN LIFE, puede contarme algo sobre él?
- Ricardo (dependiente en tienda): Sí, desde lo que yo tengo entendido son los productos que se han realizado a través de una manera más ecoeficiente o sostenible que el resto.
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Sí, es una etiqueta que se ha fabricado para que al cliente le sea más fácil identificar aquellos productos que se han realizado mediante un proceso que tiene el mínimo impacto sobre el medioambiente y que las materias utilizadas son sostenibles como por ejemplo el algodón orgánico.
 - Consolación (dependienta en tienda): Claro, son prendas que contribuyen al medioambiente y que distinguimos por su etiqueta. Para ser breve se han diseñado de una manera sostenible y en cada etiqueta te cuenta de qué manera.
10. ¿Está implantada la estrategia Closing the Loop basada en la recogida de ropa utilizada en la tienda en la que trabajas? ¿Puedes contarme algo sobre ella?
- Ricardo (dependiente en tienda): Sí, tenemos contenedores en la tienda para que los clientes, los mismos compañeros o quien sea puedan llevar ropa que ya no utilice.
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): En Nervión tenemos implantada esta estrategia justo al lado de los probadores de señoras y a través de esta ropa que los clientes traen Inditex la usa para su reciclaje ayudando al medioambiente.
 - Consolación (dependienta en tienda): Sí en Nervión está y en la tienda anterior a Nervión que era en Duque en el centro de Sevilla también está instalada. Es una estrategia de hace años, por lo menos en Zara. Hay mucha gente que colabora, es más gente que viene a la tienda solo para eso.
11. ¿Sabías que la empresa colabora con más de 620 organizaciones sociales entre ellas Cáritas para ayudar en el ámbito del empleo a personas con situaciones vulnerables?
- Ricardo (dependiente en tienda): No tenía idea, pero me parece muy buena medida.
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Lo desconocía, pero no me extraña que sea verdad por la implicación de esta empresa con todo.
 - Consolación (dependienta en tienda): Sí pero no sabía que eran tantas. Creo que Inditex siempre ayuda al resto y aporta su grano de arena como puede, y estoy orgullosa de la empresa.
12. ¿Sabías que Inditex tiene planteados unos Objetivos para el Desarrollo Sostenible para los años 2019/2025?
- Ricardo (dependiente en tienda): No lo sabía, pero también me parece lógico ya que esta empresa no debe quedarse detrás en ningún ámbito y sobre todo con la demanda medioambiental por parte de la sociedad tan grande que hay, ya que es una empresa muy importante a nivel mundial.

- Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Sí tenía constancia de ello, sobre todo en la reducción de plásticos.
 - Consolación (dependienta en tienda): No sabía exactamente los años. Pero sí sé que la empresa está muy metida en ese ámbito, además en la aplicación INET tenemos mucho contenido sobre ello.
13. ¿Puedes contarme algo sobre la Sostenibilidad de Inditex en relación con el medio ambiente?
- Ricardo (dependiente en tienda): Cada año la empresa intenta involucrarse más con el medioambiente, con medidas como separación de plásticos, utilización de perchas reciclables, tejidos sostenibles, el reciclaje también en la basura es muy importante en sus medidas.
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Inditex ha creado un compromiso de sostenibilidad en el que se da uso a materias primas sostenibles, que tienen un mínimo impacto con el medioambiente y la empresa tiene como objetivo de aquí a 2025 dar un uso completo a la utilización de estos tejidos.
 - Consolación (dependienta en tienda): Pues sé que quieren acabar por completo con el plástico, es más, en Zara utilizamos bolsas de papel.
14. ¿Crees que debería de aumentar la información a trabajadores sobre medidas de Responsabilidad Social Corporativa?
- Ricardo (dependiente en tienda): Sí, creo que toda información añadida es buena para los trabajadores.
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Creo que es bueno toda información que se pueda añadir, pero es cierto que siempre están encima nuestra inculcándonos sobre todo medidas relacionadas a medio ambiente continuamente, para que lo tomemos como necesario.
 - Consolación (dependienta en tienda): Pues creo que nos da mucha información y es una empresa super transparente ya que por internet está todo sobre esta y todas las medidas. Recalco INET, ahí tenemos muchísima información.
15. ¿Sabías que Inditex recoge toda la información sobre estas medidas en las Memorias Anuales en relación a la transparencia de contenido?
- Ricardo (dependiente en tienda): No tenía constancia de esos informes
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Tenía constancia de ello y me parece de gran ayuda para la gente que se quiera informar sobre la empresa.
 - Consolación (dependienta en tienda): Sí, y además les echo siempre un ojo y me informo. Está todo muy bien reflejado.
16. ¿Crees que Inditex ofrece las mismas oportunidades a hombres y mujeres que trabajan en la empresa?
- Ricardo (dependiente en tienda): No hay diferencias entre hombres y mujeres, para nada.
 - Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Inditex ofrece las mismas oportunidades, estamos en igualdad de condiciones y realizamos los mismos trabajos dentro de la empresa.

- Consolación (dependienta en tienda): Ahora se está contratando a muchos hombres, aunque por supuesto hay más mujeres, pero todos con las mismas oportunidades a la hora de poder evolucionar dentro de esta.

17. ¿Piensas que recibís un trato justo e igualitario por parte de la empresa?

- Ricardo (dependiente en tienda): Sí claro.
- Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Por supuesto, creo que es una empresa que debe tenerlo bien marcado en su marco de actuación.
- Consolación (dependienta en tienda): Un rotundo sí. No solo en la mi tienda yo creo que en todas somos todos iguales.

18. ¿Qué ámbitos de la empresa mejorarías?

- Ricardo (dependiente en tienda): Creo que todo es muy correcto, pero algo que siempre se puede mejorar es la comunicación entre todo tipo de trabajadores, desde dependientes hasta puestos de responsabilidad. Comunicarnos aún más y expresar nuestras ideas es un positivo para el ámbito de trabajo y los resultados de este.
- Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda): Creo que es una gran empresa, pero creo que hay algo que se podría mejorar en el tema de conciliación familiar, hay madres que se reducen la jornada laboral porque no tienen con quién dejar a sus hijos, que es muy buena opción, pero también conlleva a la reducción de salario y es un tema que se podría debatir.
- Consolación (dependienta en tienda): Creo que pondría una caja exclusivamente para devoluciones que agilice más el trabajo en caja, pero por lo demás todo está muy controlado con unas correctas pautas.

19. Elige de los siguientes Objetivos 2019-2025 el que más te guste

- 2019:
 - Todas las tiendas y sedes centrales ecoeficientes: Consolación (dependienta en tienda), Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda).
 - Recogida de prendas utilizadas a domicilio a puntos de entrega en Londres, París o New York: Ricardo (dependiente en tienda).
- Objetivos 2020:
 - Todas las tiendas dispondrán de contenedores para la recogida de prendas usadas: Ricardo (dependiente en tienda)
 - Compromiso Canopy: todas las prendas de origen vegetal provendrán de bosques sostenibles: Consolación (dependienta en tienda), Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda).
- Objetivos 2023:
 - Eliminación por completo de residuos: Consolación (dependienta en tienda).
 - Eliminación 100% de plásticos: Ricardo (dependiente en tienda), Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda).
- Objetivos 2025:
 - Utilización de algodón sostenible, poliéster reciclado y lino sostenibles: Vanesa (encargada de sección y dependienta en tienda), Consolación (dependienta en tienda), Ricardo (dependiente en tienda)

6.3. Entrevistas a puestos de responsabilidad de Inditex

Las siguientes entrevistas han sido realizadas a 3 puestos de responsabilidad de Inditex enfocadas al conocimiento de estos en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa. A continuación, se muestra la estructura pregunta-respuesta:

1. ¿Qué función desempeña en la tienda?
 - Patricia: Comercial de la sección de señora
 - Esther: Directora adjunta
 - Laura: Formadora de puestos de responsabilidad

2. ¿Están los clientes contentos con las siguientes formas de pago: Pago a través del móvil o utilización de ticket electrónico, en el caso que se compre online el cliente dispone de un ticket electrónico que sustituye al de papel para poder descambiar el producto o caja de pago rápida?
 - Patricia (Comercial de la sección de señora): Los clientes sí están contentos porque a día de hoy estos se adaptan más a las tecnologías, a lo mejor las personas más mayores tienen más dificultad con esto.
 - Esther (Directora adjunta): Cambiamos al ticket electrónico hace unos 2 años si mi memoria no me falla. Es más cómodo el tener el ticket en el móvil y también fue una iniciativa muy buena por parte de la empresa para no utilizar papel al igual que hicieron con las cajas y sobres de los paquetes online que son reciclados.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Sí, el pago a través del móvil llamado wallet antes era poco conocido, pero ahora a medida que las tecnologías han ido avanzando al cliente le resulta muy cómodo, y el ticket en el móvil igual que comenzó a realizarse para evitar la impresión de papel.

3. ¿Están los clientes contentos con las siguientes formas de compra: presencial en la tienda; compra Versátil que es la compra que el cliente realice online se puede recoger en la tienda que este elija; compra exclusivamente online en la que el cliente pide online y se lo llevan a casa, alcanza ya los 202 mercados o la que el empleado realiza la petición de la compra por online deseada por el cliente desde tienda?
 - Patricia (Comercial de la sección de señora): La empresa brinda muchas opciones de pago para que cualquier tipo de cliente esté contento, incluyendo tema de affinity que es la tarjeta que pertenece a Inditex y le da al cliente la oportunidad de pagar a plazos, etc.
 - Esther (Directora adjunta): Hay una gran mayoría que le gusta ver las novedades en tienda y como se combinan comercialmente y sobre todo la atención al cliente que disponemos en las tiendas, el cliente también conoce la venta de iPod y así pueden hacer compras físicas en tienda y online al mismo tiempo. La compra versátil es muy práctica y cómoda, lo compras desde casa, y al recogerlo en tienda te lo puedes probar y devolverlo en ese momento. Cada vez hay más a domicilio y la devolución en tu propio domicilio también da más cobertura a los clientes.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Si, sobre todo con la compra online. Creo que en Inditex se caracteriza por la facilidad tanto de recogida que puede ser a la tienda más cercana y en la devolución que puede ser en cualquier tienda, o que te la recojan en casa.

4. Valora del 1 al 5 (siendo 1 el menor valor y 5 el mayor) en qué medida sientes que Inditex vela por la igualdad de trato y oportunidad en el desarrollo para crecer dentro de la empresa
 - Patricia (Comercial de la sección de señora): Un 4, sí que da oportunidades, pero siempre se puede mejorar
 - Esther (Directora adjunta): Un 5, Inditex apuesta por el desarrollo de todos sus trabajadores día a día
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Un 5, la oportunidad de desarrollo es igual para todos en esta empresa independientemente de que seas hombre o mujer. Pero yo como mujer y desde mi propia experiencia que he pasado por varios puestos de responsabilidad en los veinticuatro años que llevo en Inditex, sobre todo se refleja las oportunidades entre mujeres, no solo en tienda si no por ejemplo en la central de la empresa, hay mujeres que ejercen puestos muy importantes.

5. ¿Puedes hablarme de la formación que ofrece Inditex en relación a la atención al cliente, conocer los productos, los procesos de la tienda, respeto a la biodiversidad y a la inclusión? Si eres o has sido formador cuéntame un poco más sobre el proceso
 - Patricia (Comercial de la sección de señora): La empresa se ha preocupado y cada vez más en la formación de puestos en la tienda. Hace unos años se veía más enfocado este tema a directores y puestos de responsabilidad y ahora es con cada trabajador. Un cliente no se siente bien atendido si el que lo atiende no está contento. Y por supuesto, siempre se puede mejorar, pero estoy muy orgullosa de toda la formación que se recibe.
 - Esther (Directora adjunta): Sí, el trabajador se forma constantemente a través de indicaciones nuestras, para ascender a un puesto también se da formación, en la aplicación de INET se dispone de gran variedad de cursos para poder formarte y aprender sobre los productos, las medidas que la empresa toma, etc.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Hacemos formaciones grupales, tenemos algunas personas dentro de las tiendas que están formadas para dar un trato más especial al cliente y se diferencian porque llevan otro uniforme. Yo formo para de la estructura de formación y puedo asegurar que siempre estamos trabajando en la atención al cliente, para que este se sienta cada vez mejor atendido. No se trata de estar encima del cliente e invadir la libertad de compra a la que está acostumbrado, pero el dependiente adquiere más conocimientos y más habilidades para poder ofrecer una mejor atención cuando se la pidan.

6. ¿Sabías que Inditex a través del Proyecto Salta contrata a mujeres víctimas de la violencia de género para su inclusión en la sociedad?
 - Patricia (Comercial de la sección de señora): Sí lo sabía y es un proyecto magnífico, nada mejor que las mujeres se sientan respaldadas y ayudadas.
 - Esther (Directora adjunta): La verdad es que lo desconocía, nunca he trabajado con este proyecto dentro de mi tienda.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Sí, conozco este proyecto. No solo a mujeres víctimas de género también a personas que han tenido vidas complicadas, Inditex da la oportunidad a estas personas de integrarse de una nueva manera en la sociedad.

7. ¿Tenías conocimiento de que Inditex contrata a personas con discapacidad a través del Proyecto For&from? ¿De qué forma se ayuda desde la tienda a su integración con los compañeros?
- Patricia (Comercial de la sección de señora): Por supuesto, de hecho, en Coruña está una de las dos tiendas que hay en España del Proyecto For&From.
 - Esther (Directora adjunta): Sí, tenemos a personas con discapacidad, hay una que puede hacer el trabajo perfectamente y otra que su discapacidad es visual, tenemos mucha comunicación y nos va diciendo dónde está mejor y donde ella se siente más productiva.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Sí, además en el caso de síndrome de down los ayuda a integrarlos tanto en la sociedad como en el ámbito laboral.
8. ¿Conoces el etiquetado JOIN LIFE, puede contarme algo sobre él?
- Patricia (Comercial de la sección de señora): Claro, cada vez lo conoce más gente este etiquetado reconoce a las prendas que se han realizado de una manera sostenible. A nivel empresa Inditex cada día se exige más en el ámbito medioambiental, y llegará un momento, espero que sea pronto, que todas las prendas de las colecciones y de todas las cadenas, que está costando un poco más, pero se conseguirá, sean JOIN LIFE.
 - Esther (Directora adjunta): Tenemos muchos productos de materia reciclada al que denominamos JOIN LIFE, algodón, punto, sarga tejanera. Este año llegamos a tener chaquetones de niño reciclados con botellas de plástico
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Sí lo llevan las prendas que se realizan de una manera más sostenible. Además, dentro del etiquetado JOIN LIFE existen tres atributos: Care for Water, Care for Planet y Care for Fiber. Este último sería el que etiqueta prendas que se han realizado con materias más sostenibles normalmente algodón orgánico o incluso fibras recicladas. Care for Water son los artículos que se hacen mediante recursos que utilizan menos agua. Por último, Care for Fiber, son las prendas que se han realizado a través de la utilización de energías renovables.
9. ¿Está implantada la estrategia Closing the Loop basada en la recogida de ropa utilizada en la tienda en la que trabajas? ¿Puedes contarme algo sobre ella?
- Patricia (Comercial de la sección de señora): Sí, son pocas tiendas las que no tienen implantada esta estrategia. Consiste en dar una segunda vida a todo tipo de prendas que es lo más importante, prendas que creemos que ya no sirven y no es así.
 - Esther (Directora adjunta): Es la iniciativa de la recolecta de ropa usada en todas las tiendas para el reciclaje de las mismas, en Zara de Área Sur también está implantada.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Sí, el cliente o trabajadores también puede depositar en unos contenedores que tenemos en las tiendas el producto usado, da igual lo que sea calzados, complementos, incluso sábanas. Puede ir todo en la misma bolsa ya en el área de reciclado se encargan de separarlo todo. El producto se envía mediante transporte a central y esto trabaja con Cáritas que es la organización social que lleva todo este tema de recogida de ropa. Ellos se encargan de la clasificación y de dirigirlo a cada destino, y que las personas que trabajan en Cáritas con estas prendas también han tenido una situación complicada. Por último, esta ropa tiene dos destinos: el primero su reutilización donde se podrán poner en venta en tiendas pertenecientes a Cáritas o son donadas y segundo su reciclaje.

10. ¿Sabías que la empresa colabora con más de 620 organizaciones sociales entre ellas Cáritas para ayudar en el ámbito del empleo a personas con situaciones vulnerables?
- Patricia (Comercial de la sección de señora): Sí, pero no tenía ni idea que llegaban a 620 y sobre todo que estén enfocadas a este tipo de personas.
 - Esther (Directora adjunta): No lo sabía, pero me parece genial.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Sí claro.
11. ¿Puedes contarme algo sobre la Sostenibilidad de Inditex en relación con el medio ambiente?
- Patricia (Comercial de la sección de señora): Esta pregunta abarca mucho, una vez que estás en Coruña desde el departamento de diseño, de logística, de patronaje, hasta dónde hacen la cartelería, todo el mundo está super implicado con la sostenibilidad. El camino que ha elegido la empresa es el de sostenibilidad y eso implica que esté en el desde el puesto más bajo hasta el más alto.
 - Esther (Directora adjunta): Inditex está muy comprometida con este concepto, antes de que pasara el confinamiento por el Covid-19 tuvimos reunión de sostenibilidad y fue muy interesante y productiva para la tienda ya que empezamos a reutilizar más y a cambiar el plástico por el vidrio.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Inditex como compañía tiene varias razones por las que colaborar con la sostenibilidad. Como empresa tiene que colaborar con el medioambiente por razones científicas, por ética y los valores como el respeto, la responsabilidad, la integridad, la transparencia en general. También por la parte reputacional de la empresa.
12. ¿Crees que debería de aumentar la información a trabajadores sobre medidas de Responsabilidad Social Corporativa?
- Patricia (Comercial de la sección de señora): El saber nunca esta demás,
 - Esther (Directora adjunta): Todo lo que sea información útil es buena y aumentarla me parece una buena idea.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Sí, deberíamos tener más información dentro de las tiendas, aunque esté en la página de Inditex que se refleja con total transparencia. Es verdad que en el momento que hemos realizado alguna alusión de estas medidas los trabajadores se quedan sorprendidos de saber todas las cosas que hace la empresa y en las organizaciones que está involucrada. Igualmente, todo está reflejado en la página y en INET.
13. ¿Sabías que Inditex recoge toda la información sobre estas medidas en las Memorias Anuales en relación a la transparencia de contenido?
- Patricia (Comercial de la sección de señora): No lo sabía.
 - Esther (Directora adjunta): No lo sabía.
 - Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Sí, por supuesto.
14. ¿Crees que Inditex ofrece las mismas oportunidades a hombres y mujeres que trabajan en la empresa? ¿Por qué?

- Patricia (Comercial de la sección de señora): Pues claro que sí, cuando yo empecé éramos todas mujeres o casi todo. Hoy en día hombre y mujer tienen el mismo peso en todos los departamentos de Inditex.
- Esther (Directora adjunta): Llevó 14 años en la empresa y cuando empecé sólo trabajábamos mujeres o casi un 90% lo eran y ya de unos años atrás las contrataciones de hombres han crecido.
- Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Yo pienso que sí, como ya he dicho antes hay muchas mujeres con puestos muy importantes al igual que hombres.

15. ¿Piensas que recibís un trato justo e igualitario por parte de la empresa los puestos de responsabilidad?

- Patricia (Comercial de la sección de señora): Sin duda alguna.
- Esther (Directora adjunta): Sí, todo lo tenemos igual excepto el descanso en algunos casos, pero cuando necesitamos algo por el motivo que sea nunca he tenido un no por respuesta, en momentos difíciles siempre la empresa te ayuda.
- Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Siempre ha sido justo.

16. ¿Qué ámbitos de la empresa mejorarías?

- Patricia (Comercial de la sección de señora): Creo que la atención al cliente es fundamental y siempre hay que mejorarla y sobre todo en este tiempo de COVID-19 que la empresa tiene que recuperar y conseguir las expectativas de la campaña, dar millones de opciones en tienda y online.
- Esther (Directora adjunta): El tener más libertad para tener un puesto de responsabilidad a menos horas teniendo un mínimo de horas en la jornada semanal. Por lo demás hay una buena organización y siempre vamos por delante de la competencia.
- Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Ahora mismo no veo ningún ámbito que mejorar.

17. ¿Sabías que Inditex tiene planeados unos Objetivos de Desarrollo Sostenible para los años 2019/2025?

- Patricia (Comercial de la sección de señora): Sí, hace poco estuve en Coruña y me dieron mucha información sobre ello.
- Esther (Directora adjunta): Me imagino que sí, puesto que vamos creciendo en todo.
- Laura (Formadora de puestos de responsabilidad): Sí me consta que los Objetivos de aquí a 2025.

18. Elige de los siguientes Objetivos 2019-2025 el que más te guste

- 2019:
 - Todas las tiendas y sedes centrales ecoeficientes: Esther (Directora adjunta), Patricia (Comercial de la sección de señora).
- Objetivos 2020:
 - 100% de las tiendas ecoeficientes: Patricia (Comercial de la sección de señora).
 - Compromiso Canopy: todas las prendas de origen vegetal provendrán de bosques sostenibles: Esther (Directora adjunta).
- Objetivos 2023:

-Eliminación por completo de residuos: Laura (Formadora de puestos de responsabilidad).
-100% de fibras celulósicas sostenibles: Laura (Formadora de puestos de responsabilidad).
-Eliminación 100% de plásticos: Esther (Directora adjunta), Patricia (Comercial de la sección de señora), Laura (Formadora de puestos de responsabilidad).
-Recogida de todos los materiales de paquetería para su reciclaje o reutilización: Laura (Formadora de puestos de responsabilidad).

- Objetivos 2025:

-Utilización de algodón sostenible, poliéster reciclado y lino sostenibles: (Esther Directora adjunta), Patricia (Comercial de la sección de señora).

*Laura (Formadora de puestos de responsabilidad), ha querido destacar por encima de todos los objetivos el año 2023 entero.

Capítulo 7

Conclusiones

Este trabajo tiene un objetivo general que ha consistido en conocer el grado de conocimiento por parte de los trabajadores y clientes sobre la Responsabilidad Social de Inditex. Por ello, la parte de análisis se forma de una encuesta entre 271 clientes alcanzados y seis entrevistas a trabajadores de Inditex entre los que se encuentran puestos de responsabilidad.

El primer objetivo específico ha consistido en establecer un marco teórico del concepto de Responsabilidad Social Corporativa. Para ello he consultado artículos de diferentes autores que aparecen en la bibliografía y que me han dado la oportunidad de poder escribir sobre este concepto, y además de hablar sobre su definición he abarcado también los elementos que engloban a la RSC o los marcos de actuaciones dónde se da esta.

El segundo objetivo específico ha tratado de identificar las acciones de Responsabilidad Social Corporativa que realiza Inditex. En primer lugar, he buscado información sobre Inditex y he realizado un breve viaje por su historia y crecimiento, y en segundo lugar, gracias a sus Memorias Anuales he conseguido introducirme en el marco de actuación donde la empresa refleja su RSC.

El tercer objetivo específico ha consistido Entrevistar a clientes y trabajadores de Inditex para determinar el grado de conocimiento de las acciones de RSC por parte de estos y así cumplir el objetivo general. Tras ponerme en contacto con varios trabajadores de Inditex entre los que también se encuentran personas con más responsabilidad o puestos directivos y se han realizado seis entrevistas como he dicho en el primer párrafo, con estas he buscado dar voz al personal de la organización para conocer el grado de conocimiento que tienen en relación con la empresa en la que trabajan y también para informarles de ciertas medidas que no conocían.

En estas entrevistas se encuentran preguntas iguales o parecidas que tratan de medidas de actuación de Inditex, las respuestas entre los clientes se reflejan de forma general entre el porcentaje de estos que han contestado y las de los trabajadores de manera individual.

De manera personal se indica el género entre clientes, teniendo el femenino un mayor porcentaje. Para las entrevistas a trabajadores he tenido más oportunidades también al ahora de elegir entre mujeres en el ámbito tienda. Por lo tanto, Inditex, en general tiene más presente a la mujer. Resultado que no indica distinción entre mujer y hombre, puesto que, según los trabajadores, este tiene las mismas oportunidades dentro de la empresa que es dirigida por uno de ellos.

Tanto clientes como trabajadores son conscientes que Inditex ofrece información entre sus empleados para el conocimiento de productos, la atención al cliente... Por lo tanto, la transparencia hace que esta medida se encuentre presente en todas las personas. Por otro lado, las formas de compra y formas de pago que ofrece la empresa según los trabajadores y los clientes son aceptadas con una valoración positiva, pero es bueno añadir que a la hora de devolver con ticket electrónico las personas de tercera edad tienen más dificultad.

Una medida que a todos les ha resultado muy buena pero que no conocían, solo una minoría entre trabajadores y clientes, es la inclusión de las mujeres víctimas de género a través del Proyecto Salta. Sería positivo para la empresa además de recogerlo en su Memoria Anual, hacer un poco más de publicidad sobre esta medida, ya que trata del empoderamiento de la mujer y repercute de buena manera a sus valores éticos y también a su reputación. Al igual que la inclusión de personas discapacitadas a través del Proyecto For&From es conocida por todos los trabajadores, pero en cuanto a clientes, el porcentaje que no la conoce es mayor.

El etiquetado JOIN LIFE, es conocido en un porcentaje positivo por los clientes, y por todos los trabajadores. Es una buena medida que ha tomado Inditex para que los clientes sepan su compromiso con el medio ambiente. Pero sería bueno una atención más especializada en tienda con estas prendas porque también hay un porcentaje negativo entre los clientes que han respondido a la encuesta. Por otro lado, son todas las tiendas donde trabajan los empleados entrevistados en la que se encuentra implantada la estrategia Closing the loop y es positivo no solo por el reciclaje de las prendas y la ayuda al medio ambiente, sino que además muchas prendas recogidas son donadas. Pero entre la población el porcentaje que no la conoce es mayor, así que debería hacerse más notar entre los clientes por parte de la empresa, ya sea con mayor cartelera o con atención al cliente en tienda. También hay que destacar que entre la población la colaboración de la empresa con las organizaciones sociales es más positiva a nivel conocimiento que entre los trabajadores.

En cuanto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los años 2019/2025 por mayoría entre clientes y trabajadores destacan: 100% de tiendas ecoeficientes (2020), Utilización de algodón sostenible, poliéster reciclado y lino sostenibles (2025) y 100% eliminación de plásticos (2023).

Por otra parte, los objetivos específicos: 1) Establecer un marco teórico del concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), 2) Identificar las acciones de Responsabilidad Social Corporativa que realiza Inditex y 3) Entrevistar a clientes y trabajadores de Inditex para determinar el grado de conocimiento de las acciones de RSC por parte de estos y así cumplir el objetivo general, han sido fáciles de alcanzar ya que hay mucha información en Internet recogida sobre RSC y en el área de Inditex, la empresa muestra una transparencia completa de todo su marco de actuación. No ha surgido ningún inconveniente con los trabajadores para realizar las entrevistas, siempre adaptándonos a los horarios de tienda que hay en la situación actual con el COVID-19.

Como autora de este trabajo, quiero destacar la gran labor que hace Inditex en relación a la Responsabilidad Social Corporativa. El compromiso que tiene con la sostenibilidad dentro y fuera de la empresa, la colaboración con personas vulnerables, y el cuidado al medio ambiente actual y las medidas propuestas para los siguientes años, destacando la 100% eliminación de plásticos, que sería un buen referente para todas las empresas. He encontrado toda la información de la empresa en la página web de esta y sus informes anuales, que abarcan todas las medidas según el año que se mire, resultados de ejercicios, etc.

Con la realización de este trabajo he querido informarme yo en primer lugar sobre el concepto de RSC, y por otro lado hacer que la sociedad entre los que se encuentran empleados y clientes conozca un poco más la labor sostenible de Inditex. En cuanto a trabajadores, para asegurarme de ellos realicé dos preguntas, en la que se valora a la empresa antes de hacer la encuesta y después. Los porcentajes pueden verse en el análisis práctico de este trabajo, y crece al terminar la encuesta, por lo tanto, ha tenido un impacto positivo entre estos. También destaco que los clientes y trabajadores, han añadido que la atención al cliente tiene que ser un aspecto primordial en la situación que estamos viviendo, en la cual la empresa hasta el 25 de mayo estuvo sin abrir las puertas de muchas tiendas, y ha estado trabajando gracias a online, debido a la pandemia derivada del COVID-19.

Como organización, es muy rica en RSC, así que una medida que Inditex podría plantear es dar ejemplo a muchas otras empresas que puedan estar más atrasadas y a la comunidad en general, fomentando la publicidad de su compromiso sostenible. A través de redes sociales, conferencias en universidades de expertos sobre la empresa, folletos en las tiendas... ya que hoy en día como hemos visto en el marco teórico de este trabajo, la sociedad está muy comprometida con el desarrollo sostenible hasta el punto que prefiere la calidad del producto y miran la manera en la que este se realiza, antes que el precio.

Este trabajo solo ha abarcado nivel tienda y clientes, pero toda la información podría ser más

completa si se abarcara a los puestos que dirigen la Responsabilidad Social Corporativa de Inditex, ya que tendrán medidas que contar muy interesantes sobre la empresa a corto y largo plazo, ver de qué manera estudian a la sociedad o a los empleados para implantar esas medidas, etc.

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi madre que me ha ayudado en todo el viaje que ha sido esta carrera y la cual voy a finalizar con este trabajo. Tengo presente a mi padre que ya no está, pero que le hubiese encantado leerlo y decirme sus puntos de vista como siempre hacía.

Finalmente, quiero agradecer a mi tutora Isadora Sánchez Torné el trato que me ha dado en las primeras tutorías que tuvimos y después online, siempre atenta a cualquier hora. Debido a la situación de este año 2020, la Universidad ha tenido que tomar medidas para que el COVID-19 no se entrometa en nuestros logros universitarios y estoy muy agradecida.

Bibliografía

Abadía, J. M. M. (2005). Información sobre responsabilidad social corporativa: Situación y tendencias. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, (34), 43-67.

Acosta, R. M. V., Domínguez, M. J. M., & Ligeró, F. J. R. (2007). Análisis de la responsabilidad social corporativa desde tres enfoques: stakeholders, capital intelectual y teoría institucional. In *Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro* (p. 222). Universidad de la Rioja.

Avendaño, W. (2011). Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Desarrollo Sostenible: una mirada desde la Declaración de Rio de 1992. *Respuestas*, 16(2), 45-59.

Avendaño, W. R. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. *Revista lasallista de investigación*, 10(1), 15.

Benavides, T. D. P. N., & Cortés, M. I. C. (2018). Comunicación estratégica y responsabilidad social empresarial, escenarios y potencialidades en creación de capital social: una revisión de la literatura. *Revista Prisma Social*, (22), 127-158.

Bernabéu, E. P., & Cantó, M. Á. S. (2012). Responsabilidad social vs sostenibilidad y desarrollo. *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 1(2), 4.

Blanco, X. R., & Salgado, J. (2004). *Amancio Ortega, de cero a Zara: el primer libro de investigación sobre el imperio Inditex*. La esfera de los libros.

Bravo, G., & Plaza, N. (2013). La responsabilidad social corporativa como eje de desarrollo sostenible. *ECA Sinergia*, 4(1), 38-48.

Castrillón, M. A., & Mares, A. I. (2014). Revisión sobre la sostenibilidad empresarial. *Revista de estudios avanzados de liderazgo*, 1(3), 52-77.

Cerezal, J. J. B. (2016). Transparencia y reputación como actitud y forma de ser de la empresa. *CIRIEC-España*, (87), 327.

Chivite, M. P., & Gallardo, S. (2014). La bioética en la empresa: el caso particular de la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista Internacional de Organizaciones= International Journal of Organizations*, (13), 55-81.

Compromiso Empresarial, 2019. *Inditex se fija metas hacia un plan de sostenibilidad global*. <https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2019/07/inditex-se-fija-metas-hacia-un-plan-de-sostenibilidad-global/> (13.05.2020) (13:00h)

de Yzaguirre, V. E. (2011). RSC: ¿un nuevo paradigma organizacional? In *Actas del 12º Congreso de Economía de Castilla y León* (p. 230). Consejería de Economía y Hacienda.

Domench, P. A. (2001). Algunos determinantes de la información medioambiental divulgada por las empresas españolas cotizadas. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 4(7), 129-153.

Fashion NetWork, 2018. *Inditex implementará el sistema RFID en todas sus cadenas para 2020*. <https://mx.fashionnetwork.com/news/inditex-implementara-el-sistema-rfid-en-todas-sus-cadenas-para-2020,958645.html> (20.05.2020) (16:00h)

Fernández, F. A. (2010). La responsabilidad social corporativa como punto de encuentro. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, (5), 53-70.

Fraile, E. B., & Jiménez, A. M. E. (2018). Responsabilidad Social Corporativa: estudio sobre la identificación y clasificación de los stakeholders. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, (17), 90-108.

Ganuzo Fernández, J. J. (2016). Límites y oportunidades de la responsabilidad social corporativa. *Anuario de la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma de Madrid*.

Gómez Nieto, B., & Martínez Domínguez, R. (2016). Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 14(28), 33-49.

Informe Anual Inditex (2014)
https://www.inditex.com/documents/10279/246648/Memoria_Anual_2014.pdf/118b65d5-10b3-4c9e-a4c6-17dceb1d59a2 (20.05.2020) (19:30h)

Informe Anual Inditex (2015)
<https://www.inditex.com/documents/10279/246750/2015+Inditex+Annual+Report.pdf/ecf2dddc-e793-6aa6-1347-1ce511a8e131> (20.05.2020) (20:00h)

Informe Anual Inditex (2016)
<https://www.inditex.com/documents/10279/319572/Informe+Anual+de+Inditex+2016/8feb6252-235c-4fd5-90c8-07c08ad7493e> (20.05.2020) (21:00h)

Informe Anual Inditex (2017)
<https://www.inditex.com/documents/10279/563405/Memoria+Anual+2017+Inditex.pdf/8ccb8660-4eaf-ce54-1074-5ea11d351eeb> (20.05.2020)(21:30h)

Informe Anual Inditex (2018)
https://static.inditex.com/annual_report_2018/pdfs/Memoria%20Anual%20Inditex%202018.pdf (02.05.2020) (17:00h)

Jiménez, H. O. (2010). Nuevos paradigmas en gestión humana. *Revista ciencias estratégicas*, 18(23), 79-97.

Junta General de Accionistas, Inditex, S.A., 2019.
<https://www.inditex.com/documents/10279/626308/Presentacion+Junta+General+Accionistas+2019.pdf/425dbaa8-1c12-d8ec-3d84-c18a21e7d3ff>(17.05.2020)(12:00h) (17.05.2020) (10:00h)

Lisboa, J. L. C., Ramón, M. Á. K., & Mijares, M. D. (2017). Gerencia de la participación ciudadana para el cambio climático en Venezuela. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible*, 10(30), 9.

Luque González, A., & Herrero-García, N. (2017). EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL TEXTIL: CÓMO HACER QUE TODO CAMBIE PARA QUE TODO SIGA IGUAL.

Martínez, I. J. M., & Gil, A. G. (2004). La acción social empresarial como componente de la responsabilidad social corporativa. In *I Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas: Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 17 y 18 de noviembre de 2004* (pp. 1-11).

Nestares, M. I. D. S. (2017). La Responsabilidad Social Corporativa y los valores medioambientales como ejes vertebradores de las estrategias de empresa.

Página Oficial, Inditex, S.A. http://static.inditex.com/annual_report_2016/nuestras-prioridades/compromiso-con-la-excelencia-de-nuestros-productos/apuesta-por-una-economia-circular.php (20.05.2020)(18:00h)

Página Oficial, Inditex, S.A. <https://www.inditex.com/es/quienes-somos/nuestra-historia> (20.05.2020) (11:00h)

Página Oficial, Inditex, S.A., <https://www.inditex.com/es/comprometidos-con-el-medio-ambiente> (20.04.2020)(11:30h)

Página Oficial, Inditex, S.A., <https://www.inditex.com/es/un-modelo-sostenible/right-to-wear> (18.03.2020) (15:00h)

Picazo, M. T. M. (2005). Ética y responsabilidad social corporativa. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, (823), 141-150.

Política de Derechos Humanos. Inditex, S.A., 2016. <https://www.inditex.com/documents/10279/325624/Pol%C3%ADtica+de+Derechos+Humanos+de+Inditex.pdf/c563bb38-78a8-4de8-9463-08e0bbcc3212> (16.05.2020) (16:00h)

Política de RSC, Inditex S.A., 2015. <https://www.inditex.com/documents/10279/240915/Politica+de+Responsabilidad+Social+Corporativa+de+Inditex/f3f8ce94-9534-4c91-a412-4a1672c959f2> (25.02.2020)(16:00h)

Poyatos, R. P., & Gámez, M. D. M. V. (2015). La responsabilidad social corporativa: especial referencia a la gestión de derechos humanos. *Iniciación a la Investigación*.

Quinche Martín, F. L. (2017). Una mirada crítica a las teorías predominantes de la responsabilidad social corporativa. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 25(2), 159-178.

Rojas-Vargas, N. P., & Madero-Gómez, S. M. (2018). La Responsabilidad Social Corporativa: Contexto Histórico y Relación con las Teorías Administrativas. *Conciencia Tecnológica*, (55).

Sandoval, VP, Jaca, C., y Ormazabal, M. (2017). Economía circular. *Memoria Investigaciones en Ingeniería*, (15), 85-95.

Valor, C., Hurtado, I., & Marbán, R. (2009). Las empresas españolas y la responsabilidad social corporativa. *La contribución a los objetivos de desarrollo del milenio. Red universitaria sobre cooperación para el desarrollo ed. Catarata, Madrid*.

Zorrilla Suárez, M. M. (2017). *Sobre una nueva versión y diferente perspectiva de la responsabilidad social corporativa* (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid).

