



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
GRADO EN COMUNICACIÓN GLOBAL

Trabajo Fin Grado

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL
SECTOR DE LA MODA RÁPIDA: ENTRE
GREENWASHING Y SOCIAL WASHING. EL CASO
INDITEX.**

Autora: Esther Guinea Lozano

Director: Manuel Romero González-Llanos

Madrid,
junio 2026

RESUMEN

La creciente relevancia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y de los criterios de sostenibilidad ha situado a las empresas bajo un escrutinio cada vez mayor por parte de consumidores, inversores y organismos reguladores. En este contexto, la industria de la moda rápida (*fast-fashion*) se ha convertido en uno de los sectores más cuestionados debido a los impactos ambientales y sociales derivados de sus modelos de producción globalizados. Paralelamente, han surgido fenómenos como el *greenwashing* y el *social washing*, entendidos como estrategias comunicativas mediante las cuales las organizaciones proyectan una imagen de compromiso ambiental o social que no siempre se corresponde con sus prácticas reales.

El presente trabajo analiza el caso de Inditex con el objetivo de determinar hasta qué punto sus políticas de sostenibilidad y responsabilidad social representan un compromiso efectivo con la protección del medio ambiente y los derechos humanos o, por el contrario, responden a estrategias de legitimación corporativa. Asimismo, se examina la capacidad de los sistemas de supervisión, auditoría y evaluación ESG para verificar la autenticidad de los compromisos empresariales, así como el grado de transparencia de la información divulgada por la compañía.

El análisis se desarrolla además en un contexto regulatorio marcado por la evolución de los marcos europeos de sostenibilidad, especialmente tras la propuesta del Paquete Ómnibus de la Unión Europea, que ha reabierto el debate sobre el alcance y la exigencia de las obligaciones de reporte, auditoría y diligencia debida en materia de ESG. Esta circunstancia refuerza la relevancia de examinar hasta qué punto los mecanismos de supervisión actuales permiten verificar de forma efectiva la autenticidad de los compromisos corporativos.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad Social Corporativa (RSC), sostenibilidad, *greenwashing*, *social washing*, ESG, transparencia, industria de la moda, Inditex.

ABSTRACT

The growing importance of Corporate Social Responsibility (CSR) and sustainability criteria has placed companies under increasing scrutiny from consumers, investors, and regulatory bodies. In this context, the *fast-fashion* industry has become one of the most scrutinized sectors due to the environmental and social impacts resulting from its globalized production models. At the same time, phenomena such as *greenwashing* and *social washing* have emerged, understood as communication strategies through which organizations project an image of environmental or social commitment that does not always correspond to their actual practices.

This study analyzes the case of Inditex with the aim of determining to what extent its sustainability and social responsibility policies represent an effective commitment to environmental protection and human rights or, conversely, are part of corporate legitimization strategies. It also examines the capacity of ESG monitoring, auditing, and evaluation systems to verify the authenticity of corporate commitments, as well as the degree of transparency in the information disclosed by the company.

The analysis is also conducted within a regulatory context shaped by the evolution of European sustainability frameworks, particularly following the proposal of the European Union's Omnibus Package, which has reignited the debate on the scope and rigor of ESG reporting, auditing, and due diligence obligations. This circumstance underscores the importance of examining the extent to which current oversight mechanisms allow for the effective verification of the authenticity of corporate commitments.

KEY WORDS

Corporate Social Responsibility (CSR), sustainability, *greenwashing*, *social washing*, ESG, transparency, fashion industry, Inditex.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. FINALIDAD Y MOTIVOS.....	7
3. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	9
4. MARCO TEÓRICO.....	10
5. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	18
6. METODOLOGÍA.....	20
7. CONTEXTUALIZACIÓN DE INDITEX.....	22
7.1. Breve historia de la compañía.....	22
7.2. Modelo de negocio y cadena de suministro.....	22
7.3. Principales líneas de actuación en la RSC.....	24
7.3.1. Dimensión medioambiental.....	25
7.3.2. Dimensión social y laboral.....	26
8. INDITEX EN UN CONTEXTO DE GREENWASHING Y SOCIAL WASHING	
32	
8.1. Transparencia: el eje vertebrador.....	32
8.2. Sesgos estructurales de los Rankings ESG.....	34
8.3. Indicadores que pueden sugerir <i>social washing</i>	37
8.3.1. Falta de transparencia en la información.....	39
8.3.2. Desajuste entre discurso y práctica.....	40
8.3.3. Limitaciones de los mecanismos de control.....	41
8.3.4. Persistencia de conflictos laborales.....	43
8.4. Indicadores que pueden sugerir <i>greenwashing</i>	43
8.5. El Nuevo Paquete Ómnibus: un retroceso en los objetivos en materia de	
sostenibilidad.....	47
9. DISCUSIÓN.....	52
10. CONCLUSIONES.....	56
11. BIBLIOGRAFÍA.....	59
12. ANEXOS.....	66

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la industria de la moda rápida (*fast-fashion*) ha alcanzado un punto de inflexión en el ámbito de la sostenibilidad. Si bien es cierto que la Responsabilidad Social Corporativa atraviesa un momento álgido según el criterio de diversos autores, el concepto sigue siendo controvertido y está sujeto a múltiples interpretaciones, muchas de las cuales se alejan peligrosamente de los principios predominantemente éticos que definen la esencia de este término.

En la actualidad, la sociedad se encuentra en un proceso avanzado de sensibilización sobre las consecuencias de las prácticas empresariales en el medio ambiente y en los derechos humanos, lo que ha provocado la implementación de sistemas de control precisos por parte de las empresas, con el objetivo de reducir al mínimo los efectos negativos de su impacto medioambiental y social. De esta manera, si bien tiempo atrás se toleraban ciertos ejercicios que implicaban la degradación del entorno social y medioambiental debido a la falta de transparencia en la gestión, hoy, la existencia de cualquier indicador que sugiera una mala actuación por parte de la empresa en ambos contextos puede afectar gravemente tanto a la reputación como al éxito de la misma.

No obstante, si bien es cierto que las empresas deben someterse a determinados procesos de auditoría para verificar el alcance de sus políticas según su discurso corporativo, estos a veces resultan insuficientes o imprecisos a la hora de profundizar en las actividades empresariales a través de una evaluación supuestamente exigente, lo que puede conducir a una conclusión totalmente distorsionada y ajena a la realidad de los hechos.

Inditex, como uno de los referentes globales del sector, inició su senda formal en la RSC en 2001, articulando su estrategia en tres ejes prioritarios: defensa de los derechos humanos, protección del medioambiente y la mejora de la transparencia. No obstante, y pese a contar con uno de los Códigos de Conducta más consolidados, el Grupo ha enfrentado constantes acusaciones de *greenwashing* (lavado de imagen ambiental) y *social washing* (lavado de imagen social), debido a la complejidad de sus cadenas de suministro globales y a la presión por la rotación constante de productos.

En este contexto, el presente trabajo sostiene que la falta de transparencia en la información reportada por Inditex y los sesgos estructurales de los marcos de evaluación ESG actuales impiden tanto confirmar como descartar la presencia de prácticas de

greenwashing o *social washing*, configurando un escenario de verificabilidad limitada que este análisis busca acotar con la mayor precisión posible.

2. FINALIDAD Y MOTIVOS

La finalidad de este trabajo consiste en analizar las declaraciones de Inditex en materia de RSC, con especial atención a los ámbitos social y medioambiental, con el objetivo de verificar tanto el alcance real de sus políticas como el grado de compromiso declarado por la empresa con los criterios ESG.

Desde el inicio de su trayectoria en el sector textil, Inditex ha gozado de un amplio reconocimiento, así como de una reputación predominantemente positiva a nivel internacional. Esta percepción por parte de los grupos de interés de la compañía se ha sustentado en su desempeño comercial y en el cumplimiento de determinados estándares de actuación. No obstante, este posicionamiento no excluye la posibilidad de que dicha percepción haya experimentado alteraciones específicas que, en última instancia, podrían provocar cierta disonancia entre la realidad del rendimiento de Inditex en el ámbito de la RSC y el impacto real de sus políticas de sostenibilidad.

En este sentido, dichas discrepancias son a menudo desestimadas por factores estructurales, tales como el tamaño de la compañía o su capacidad de influencia económica, que impiden establecer una evaluación objetiva del comportamiento de las empresas en materia de RSC. Asimismo, resulta complejo identificar y condenar aquellas prácticas empresariales que pueden desviarse de los principios éticos que deben regir el comportamiento de la empresa en RSC. En esta línea, si bien es cierto que las grandes corporaciones como Inditex llevan a cabo un exhaustivo proceso de reporte, motivado por la necesidad de cumplimiento de marcos regulatorios y estándares internacionales, este puede resultar insuficiente para concluir o descartar la presencia de *mala praxis* en su actividad comercial.

En este contexto, la transparencia y la calidad de la información aportada constituyen elementos imprescindibles para determinar la presencia de indicadores que sugieran *greenwashing* y/o *social washing*. Sin embargo, la ausencia o insuficiencia de estas ha sido objeto de críticas por parte de las entidades encargadas de verificar el alcance y la autenticidad de los informes corporativos en materia de sostenibilidad.

Por todo ello, se considera pertinente llevar a cabo una evaluación en profundidad de la dimensión medioambiental y social de la RSC de Inditex, mediante la comparación de sus informes corporativos con los análisis elaborados por estudios independientes. Este

contraste permitirá identificar posibles inconsistencias y valorar la existencia de prácticas que puedan asociarse a fenómenos de *greenwashing* o *socialwashing*.

3. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

El objetivo de este trabajo es analizar si las políticas de RSC de Inditex reflejan un compromiso genuino con la sostenibilidad y los derechos humanos o si, por el contrario, presentan indicadores compatibles con prácticas de *greenwashing* y/o *social washing*, mediante el contraste entre el discurso corporativo oficial y el análisis de organismos independientes. Para ello, se examinan las políticas, memorias de sostenibilidad e informes corporativos de la empresa con el propósito de identificar los principales compromisos asumidos en materia ambiental y social, y se contrasta dicha información con informes, auditorías y evaluaciones elaborados por organismos independientes para detectar posibles discrepancias entre el discurso corporativo y la realidad de los resultados obtenidos.

Asimismo, en el marco del análisis de las políticas sociales y medioambientales de Inditex, el trabajo busca responder a las siguientes cuestiones:

- ¿Qué avances reales presenta la compañía en materia de RSC y en qué medida su modelo de transparencia permite verificar la autenticidad de su divulgación en materia de ESG?
- ¿Hasta qué punto la falta de transparencia en la información reportada por Inditex actúa como indicador o catalizador de *greenwashing* y/o *socialwashing*, y en qué medida los sistemas externos de evaluación ESG son capaces de detectarlo?
- ¿Qué elementos de la estrategia de sostenibilidad de Inditex pueden interpretarse como signos de *greenwashing* o *socialwashing* y en qué medida estas prácticas condicionan la autenticidad de su RSC?
- ¿Cómo podría verse afectada, a corto plazo, la responsabilidad social corporativa de Inditex por la entrada en vigor del nuevo paquete Ómnibus de sostenibilidad de la Unión Europea y qué riesgos representa para el posicionamiento de la compañía ante sus grupos de interés?

4.MARCO TEÓRICO

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha evolucionado de ser una práctica periférica, asociada estrictamente a la filantropía, a convertirse en una lógica empresarial en la que el éxito económico es inseparable del bienestar social y ambiental. Según Gupta y Sharma (2009), la RSC no debe entenderse como un centro de costes, sino como una herramienta de gestión estratégica que permite alcanzar una ventaja competitiva al integrar las dimensiones de “personas, planeta y beneficios” (*People, Planet, Benefit*). Esta perspectiva se alinea con el concepto del “Triple Bottom Line” (triple cuenta de resultados), que propone que la eficiencia de una empresa debe medirse simultáneamente por sus impactos financieros, sociales y ambientales.

Más allá de su dimensión estratégica y operativa, la RSC también ha sido objeto de interpretaciones desde perspectivas políticas y económicas.

Desde una dimensión política y económica, la RSC se fundamenta en un contrato social implícito entre la empresa y la sociedad. Weyzig (2009) argumenta que este contrato permite a las corporaciones buscar beneficios privados siempre que se mantengan dentro de unos estándares establecidos que aseguren que dichos beneficios conducen a la consecución del bienestar social, el principal objetivo. En este sentido, la RSC implica respetar estas condiciones, especialmente cuando el gobierno falla en regular adecuadamente las operaciones comerciales o cuando las empresas multinacionales poseen un poder de mercado que impacta significativamente en el funcionamiento de los mercados globales.

Además de su función reguladora y de su dimensión económica, la RSC adquiere una importancia significativa desde una perspectiva reputacional y estratégica para las organizaciones.

En el ámbito de la comunicación corporativa, la RSC suele enmarcarse en la teoría de la gestión de impresiones (*impression management*). Tata y Prasad (2015) sostienen que las organizaciones se ven motivadas a comunicar sus acciones sociales cuando perciben una incongruencia entre su identidad deseada y la imagen que el público tiene de ellas. La comunicación actúa como una “acción de alineamiento” destinada a proyectar una imagen socialmente responsable que otorgue legitimidad a la organización. Desde esta perspectiva, la comunicación corporativa deja de desempeñar una función

exclusivamente informativa para convertirse en un instrumento estratégico de legitimación. No obstante, la efectividad de este esfuerzo depende de factores moderadores, como el escrutinio público y la atención de los medios, que aumentan la relevancia de la imagen de RSC para la empresa.

Sin embargo, la eficacia de estas estrategias de comunicación no depende únicamente de los mensajes emitidos por la organización, sino también de factores asociados a su trayectoria y credibilidad acumulada.

Un elemento crítico de la RSC es el historial o trayectoria de la empresa (CSR history). Vanhamme y Grobбен (2009) explican que una trayectoria larga y sólida en materia social genera un “crédito corporativo” o efecto halo que protege a la empresa durante la crisis de reputación. Este efecto resulta especialmente relevante para analizar si las empresas con una trayectoria consolidada mantienen una percepción positiva pese a la existencia de controversias.

Pese a ello, diversos autores cuestionan que la consolidación de una trayectoria sólida constituya una garantía suficiente de autenticidad en materia de RSC.

Finalmente, existe una corriente que denuncia la brecha entre el discurso y la práctica. Autores como Moreno (2015) califican gran parte de la RSC actual como “pura retórica” o una “cosmética gatopardiana” diseñada para endulzar la imagen corporativa sin alterar un modelo de negocio orientado exclusivamente al beneficio a corto plazo. Esta crítica ha servido de base para el desarrollo de conceptos que cuestionan la autenticidad de determinados compromisos corporativos. En esta línea, Vázquez (2015) define el *greenwashing*, abordado posteriormente, como una estrategia de marketing caracterizada por la desconexión total entre los compromisos públicos y la gestión real de los impactos ambientales y sociales. El caso de Inditex es ilustrativo en este marco, pues Servos y Marcuello (2007) describen cómo la presión de las ONG y las estrategias de “*naming and shaming*” (identificar y avergonzar) forzaron a la compañía a transitar desde una visión de la RSC como una distracción hacia una integración estratégica de la misma para proteger su legitimidad en los mercados occidentales.

Esta perspectiva resulta especialmente relevante para el presente estudio, pues permite analizar si la evolución de las políticas de sostenibilidad de Inditex responde a una transformación real de sus prácticas o a mecanismos orientados a reforzar su legitimidad corporativa.

Sostenibilidad

El concepto de la sostenibilidad en el ámbito empresarial ha evolucionado desde una preocupación periférica por la reputación corporativa hacia una condición esencial para la supervivencia de la economía global. En este sentido, la sostenibilidad corporativa se define formalmente como la contribución de las empresas al desarrollo sostenible, buscando alcanzar simultáneamente la integridad ambiental, la equidad social y la prosperidad económica. No obstante, esta integración no es estática; autores como ElAlfy y Weber (2019) destacan la evolución hacia un “Triángulo de la Sostenibilidad”, donde la gestión empresarial debe equilibrar la eficiencia económica con la efectividad ecológica y social, evitando tratar estos pilares de forma aislada.

Para comprender la aplicación práctica de este concepto en el sector de la moda rápida, resulta pertinente analizar el papel del liderazgo estratégico. Strand (2014) señala que la integración de la sostenibilidad en la estructura directiva puede responder tanto a estrategias reactivas de legitimación como a una incorporación real de criterios sostenibles en la organización. Su eficacia depende de la institucionalización de estructuras y mecanismos que trasciendan iniciativas aisladas.

Desde una perspectiva crítica, fundamental para analizar el *greenwashing* y el *social washing*, surge el conflicto entre distintas lógicas institucionales. Schneider (2015) advierte que la mayoría de las empresas operan bajo una “lógica de mercado” donde el fin último es la maximización del beneficio, tratando lo social y lo ambiental como meros medios instrumentales. En este escenario, la sostenibilidad corre el riesgo de ser una práctica puramente simbólica o cosmética (*window dressing*), donde el desempeño ecológico y social se convierte en un medio oculto para alcanzar metas financieras, sin transformar realmente el modelo de negocio. Greenberg (2013) refuerza la idea al señalar que, para la clase creativa empresarial, la sostenibilidad se ha instrumentalizado frecuentemente como un dispositivo estratégico de marca (*strategic branding*) destinado a sostener la competitividad del capital en entornos de crisis, más que como un ideal ético genuino.

La gestión de la sostenibilidad también se fundamenta en la Teoría de los Stakeholders. Hörisch, Freeman y Schaltegger (2014) sostienen que el propósito del negocio debe ser la creación de valor para todos los grupos de interés y no solo para los accionistas. Bajo este enfoque, la sostenibilidad actúa como un valor colectivo que permite superar los

conflictos o *trade-offs* entre los beneficios económicos y la responsabilidad ética, creando intereses mutuos que anclan la actividad de la empresa en un sistema de cooperación social. Schaltegger (2011) complementa esto al explicar el “Business Case” de la sostenibilidad, donde factores como la innovación, la satisfacción laboral y la reputación se convierten en motores del éxito económico. Es crucial distinguir aquí entre factores de mercado y factores ajenos al mercado; por ejemplo, problemas sociales como el trabajo infantil en un subproveedor pueden no tener un vínculo directo inicial con los costes, pero pueden destruir el valor de una marca de moda rápida de forma repentina si las ONG y los medios de comunicación atraen la atención pública sobre ellos. Esta aproximación resulta especialmente relevante para el presente trabajo, pues permite examinar hasta qué punto las estrategias de sostenibilidad implementadas por Inditex generan valor real para los distintos grupos de interés o responden parcialmente a objetivos reputacionales y financieros.

Finalmente, la gobernanza y la transparencia a través de los informes cooperativos presentan desafíos críticos. Thistlethwaite y Menzies (2016) advierten sobre la brecha de rendición de cuentas que genera la diversidad de marcos de reporte voluntarios. Estos informes suelen padecer de una transparencia selectiva, sobreenfatizando los resultados positivos y ocultando riesgos reales, lo que dificulta a los interesados evaluar el desempeño auténtico frente a las meras promesas de sostenibilidad. Esta problemática se agrava cuando los estándares se centran exclusivamente en la materialidad financiera para el inversor, dejando de lado impactos sociales o ambientales profundos que, aunque no afecten el flujo de caja inmediato, son fundamentales para la justicia global y la salud del planeta. Esta limitación adquiere especial relevancia para el análisis de Inditex, ya que la dependencia de sistemas de reporte y divulgación constituye uno de los principales elementos para determinar la autenticidad de sus compromisos en materia de sostenibilidad.

Greenwashing

El concepto de *greenwashing* ha sido objeto de debate académico desde su aparición en los años 80, evolucionando desde una crítica al marketing engañoso hasta un análisis complejo de la comunicación corporativa. Phyper y MacLean (2009) lo definen de forma concisa como la desinformación difundida por una organización para presentar una imagen pública ambientalmente responsable. Complementando esta visión, Lyon y Maxwell (2011) lo caracterizan como la divulgación selectiva de información positiva

omitiendo los aspectos negativos, con el fin de proyectar una imagen corporativa excesivamente favorable.

Jacobs y Finney (2019) subrayan que esta práctica florece debido a la falta de una definición autorizada y precisa de “sostenibilidad”, lo que permite a las empresas explotar la ambigüedad y la confusión del consumidor para obtener ventajas competitivas. Esta situación se ve agravada por lo que Dulleck et al. (2011) denominan las “propiedades de confianza” (*credence properties*) de los productos verdes: características que el consumidor no puede verificar fácilmente ni siquiera después de la compra, obligándole a confiar ciegamente en la palabra del fabricante.

Ante la dificultad de los consumidores para verificar estas promesas, la literatura académica ha profundizado en las formas en que estas comunicaciones se separan de la realidad operativa.

Un avance crucial en el estudio del fenómeno es la distinción entre acciones sustantivas y simbólicas. Bowen (2014) introduce el concepto de ambientalismo corporativo simbólico, definido como los significados y representaciones compartidos que rodean a los cambios realizados por los gerentes por razones ambientales, los cuales a menudo no están vinculados a una mejora real en el desempeño material. Según Short y Toffel (2010), muchas de estas prácticas son “meramente simbólicas”, diseñadas para generar beneficios de legitimidad a través de una “fachada ceremonial” de compromiso ambiental.

Para operatizar la identificación de estas prácticas simbólicas, la consultora TerraChoice (2010) sistematiza distintas tácticas de *greenwashing* basadas en la selección parcial de información, la utilización de términos ambiguos y la ausencia de pruebas verificables, mecanismos que permiten construir una imagen ambiental favorable sin reflejar mejoras sustanciales en el desempeño real.

Una vez identificadas las principales manifestaciones del fenómeno, diversos autores han tratado de explicar las razones que impulsan su adopción por parte de las empresas.

La adopción de estas conductas responde principalmente a la búsqueda de legitimidad y competitividad ante presiones de diversos grupos de interés. Ramus y Montiel (2005) indican que la exigencia de instituciones financieras obliga a las empresas a proyectar una “narrativa de sostenibilidad” como prueba de buena gestión, incluso si carecen de los

medios para implementarla. Desde una óptica pragmática, Markham et al. (2014) sostienen que el *greenwashing* es atractivo porque alterar la estrategia de comunicación es más económico y rápido que transformar el desempeño operativo estructural. Esto genera una paradoja descrita por Lyon y Maxwell (2011), donde las firmas con peores registros ambientales son las más propensas a comunicarse para reparar su reputación, mientras que los actores con un desempeño sólido suelen optar por el silencio para evitar ser atacados. Consecuentemente, esto evidencia que una mayor comunicación corporativa no siempre se corresponde con un mejor desempeño ambiental.

Finalmente, este enfoque de comunicación selectiva se ha extendido recientemente hacia las reivindicaciones éticas, abarcando temas como los derechos humanos y el bienestar laboral. Al igual que en la dimensión ambiental, la ausencia de definiciones precisas facilita que las empresas exploten la ambigüedad para obtener ventajas competitivas. Ekstrand y Nilsson (2011) advierten que el uso de etiquetas sociales puede resultar engañoso si se destacan acciones marginales mientras se omite información crítica sobre las condiciones laborales en la cadena de suministro global. Esta divergencia entre la comunicación y la realidad constituye el fenómeno del *social washing*, el cual puede erosionar la confianza del consumidor y generar un escepticismo sistémico que invalide el mercado de productos responsables en su conjunto.

Esta perspectiva teórica resulta especialmente útil para el presente estudio, ya que permite analizar si las iniciativas ambientales promovidas por Inditex representan mejoras sustantivas en su desempeño o si, por el contrario, responden a mecanismos de legitimación y gestión reputacional.

Social washing

El concepto de *social washing* es definido por Leung (2026) como la exageración estratégica o la tergiversación del compromiso de una organización con la responsabilidad social, la ética o el impacto social, sin que existan acciones sustantivas que respalden tales afirmaciones. Según este autor, este fenómeno opera habitualmente a través de la divulgación selectiva de información y una comunicación performativa que busca alinear a la empresa con valores socialmente deseables, como la equidad, los derechos humanos o la inclusión, mientras las prácticas internas permanecen inalteradas, son contradictorias o carecen de evidencia sólida. En este sentido, el *social washing* se entiende como una práctica engañosa que permite a los actores institucionales sobreestimar su ética para

desviar el escrutinio sobre realidades menos deseables, como las desigualdades de poder o las prioridades impulsadas puramente por el beneficio económico.

Es fundamental precisar que, a diferencia del *greenwashing*, cuya lógica crítica se remonta a los trabajos de Jay Westerveld en 1986, el *social washing* es un concepto que aún no goza de la misma consolidación teórica ni técnica. Rizzi, Gusmerotti y Frey (2020) destacan que este fenómeno se sitúa en un entorno de mercado “naciente” donde el pilar social (“S”) de los criterios ESG (Ambiental, Social y de Gobernanza) es el menos estandarizado y el más difícil de cuantificar en comparación con los indicadores ambientales, los cuales suelen cuantificarse en unidades científicas más estables. Esta ambigüedad técnica, según refuerza Leung (2026), crea un escenario propicio para que las organizaciones gestionen la percepción pública en lugar de presentar datos duros, aprovechando que muchas métricas sociales siguen siendo subjetivas y difíciles de verificar por parte de reguladores e inversores.

Desde la perspectiva de la comunicación estratégica, Rizzi et al. (2020) señalan que el *social washing* puede generar percepciones positivas de compromiso social sin implicar mejoras verificables en el impacto real.

Para el análisis de la responsabilidad corporativa, Leung (2026) sugiere examinar los riesgos de manipulación en las categorías materiales del pilar social, tales como la fuerza laboral y los derechos humanos. El autor advierte que las empresas pueden capturar puntuaciones positivas simplemente cumpliendo con indicadores “binarios”¹, como publicar una política de derechos humanos “en el papel”, sin poseer mecanismos de cumplimiento verificables en sus cadenas de suministro globales, lo que genera una falsa confianza en la debida diligencia de la organización. Como solución a estas distorsiones, la literatura propone la transición hacia una rendición de cuentas auténtica (*authentic accountability*), concepto que Leung (2026) define como las prácticas de gobernanza y reporte que conectan los compromisos institucionales con resultados sociales verificables y mejoras discernibles en el bienestar humano, superando los modelos de filantropía cosmética.

¹ Un indicador binario es, en esencia, una métrica de “sí o no”. En los informes de sostenibilidad, se usa para marcar si una empresa tiene o no un documento oficial, como una política de derechos humanos o un código ético. El problema es que estos indicadores solo confirman que el papel existe, pero no aseguran que la empresa esté haciendo algo real para cumplirlo. Esto permite que muchas compañías obtengan una “buena nota” en responsabilidad social simplemente por tener documentos escritos, aunque no tengan mecanismos para evitar abusos en la práctica.

Del mismo modo, este enfoque proporciona herramientas para evaluar si los compromisos sociales comunicados por Inditex se corresponden con los resultados verificables o si existen discrepancias entre el discurso institucional y la realidad de sus cadenas de suministro.

5. ESTADO DE LA CUESTIÓN

La relación entre la industria de la moda rápida y la RSC ha generado un cuerpo de investigación creciente que, sin embargo, sigue presentando lagunas importantes, especialmente en lo que respecta al análisis integrado del *greenwashing* y el *social washing* como estrategias comunicativas simultáneas. El interés académico por este campo se intensificó a partir de los años 2000, impulsado por una serie de escándalos de gran repercusión mediática, desde el derrumbe del Rana Plaza en Bangladés en 2013 hasta el escándalo de Volkswagen en 2015, que pusieron en evidencia cómo los mecanismos de supervisión y los compromisos públicos de sostenibilidad podían coexistir con prácticas empresariales alejadas de los estándares comunicados.

En este contexto, la literatura académica ha ido consolidando una lectura crítica de la RSC corporativa que va más allá de su dimensión estratégica. Moreno (2015) señala que el verdadero problema no reside en las empresas que ignoran la RSC, sino en aquellas que la abrazan públicamente sin creérsela de verdad, reproduciendo lo que denomina una “cosmética gatopardiana” orientada a dulcificar la imagen sin transformar el modelo de negocio. Esta crítica conecta directamente con la paradoja descrita por Lyon y Maxwell (2011), según la cual las empresas con peores registros son precisamente las más activas en comunicación de sostenibilidad. Vázquez (2015) refuerza esta lectura al documentar, a partir del análisis de las grandes empresas del IBEX 35, cómo los compromisos públicos asumidos tienen un escaso reflejo en las operaciones reales, y cómo la multiplicidad de estándares voluntarios y la ausencia de un marco legal vinculante facilitan que las organizaciones gestionen percepciones en lugar de transformar conductas.

Desde una perspectiva más estructural, Weyzig (2009) advierte que cuestiones como la fiscalidad, la competencia o el *lobbying* corporativo han recibido históricamente menos atención en las agendas de RSC que los compromisos ambientales o laborales, pese a tener un impacto potencialmente mayor sobre el funcionamiento de los mercados. Esta jerarquización de los temas de RSC no es neutral: favorece que las empresas concentren su comunicación en áreas más visibles y simbólicas, como las colecciones sostenibles o los informes de emisiones, mientras que aspectos estructuralmente más relevantes permanecen fuera del escrutinio público.

En lo que respecta a la comunicación de RSC específicamente, Tata y Prasad (2015) han demostrado que las organizaciones estructuran su discurso de sostenibilidad en

función de la incongruencia percibida entre su imagen actual y la imagen deseada, lo que implica que la comunicación corporativa responde con frecuencia más a la gestión de esa brecha que a la voluntad de informar con transparencia. Este hallazgo resulta especialmente relevante para el sector de la moda rápida, donde la distancia entre el modelo productivo y los valores de sostenibilidad que las marcas comunican es estructuralmente elevada. Vanhamme y Grobben (2009), por su parte, aportan una dimensión temporal crucial al demostrar que la efectividad de los mensajes de RSC durante una crisis depende directamente de la longitud y credibilidad del historial previo de la empresa, lo que convierte la construcción de ese historial en un activo estratégico que puede ser gestionado con fines reputacionales y dificultar la identificación de posibles incoherencias entre el discurso corporativo y las prácticas reales.

Esta falta de transparencia no es, en ningún caso, un problema exclusivo de ninguna empresa concreta, sino un rasgo estructural del sector. Casos como H&M, Shein o Boohoo han sido objeto de controversias relacionadas con reclamaciones de sostenibilidad insuficientemente respaldadas o discrepancias entre sus códigos de conducta y las condiciones reales de sus cadenas de suministro, lo que evidencia el carácter estructural de estas problemáticas dentro del sector.

Ante este panorama sectorial, la elección de Inditex como caso de estudio responde a criterios analíticos precisos. Se trata del mayor grupo de distribución de moda del mundo por capitalización bursátil, con presencia en más de 90 mercados y una cadena de suministro que involucra a más de 1.700 proveedores directos, lo que le confiere una posición con potencial real para influir en los estándares sectoriales. Además, a diferencia de competidores como Shein o Boohoo, Inditex publica memorias de sostenibilidad anuales verificadas externamente y ha adoptado marcos de reporte internacionales, lo que proporciona un cuerpo documental suficiente para el análisis. Servos y Marcuello (2007) ya señalaban que la presión de las ONG y las estrategias de *naming and shaming* forzaron a la compañía a construir una arquitectura de RSC que inicialmente fue reactiva, lo que convierte su trayectoria en un caso especialmente revelador para examinar si la evolución hacia posiciones más proactivas responde a una transformación genuina o a una sofisticación de los mecanismos de legitimación. Esta combinación de liderazgo global, disponibilidad de datos y posición de referencia en el debate público sobre moda responsable convierte a Inditex en el caso de estudio adecuado para los objetivos de este trabajo.

6. METODOLOGÍA

El presente trabajo se desarrolla mediante la adopción de un enfoque mixto, que combina un análisis cualitativo y cuantitativo con un enfoque descriptivo y analítico, así como una dimensión exploratoria, alineada con la pretensión de identificar posibles prácticas de *greenwashing* y *social washing*.

Por un lado, se ha realizado un análisis cualitativo basado en el estudio y la revisión de fuentes primeras y secundarias. Entre las fuentes primarias se incluyen informes, políticas corporativas y memorias anuales emitidas por Inditex, fundamentales para evaluar el discurso oficial de la compañía en materia de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa (RSC). Por su parte, las fuentes secundarias comprenden informes elaborados por entidades independientes como el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, KPMG y el Grupo CIMD; informes de la Comisión Europea en materia de sostenibilidad; y, por último, publicaciones de organizaciones como SETEM, Amnistía Internacional y Reuters. En su conjunto, estas fuentes permiten contrastar la información corporativa con análisis externos y examinar su grado de coherencia.

Para el análisis cualitativo, el presente trabajo ha recurrido a técnicas de análisis de contenido orientadas a identificar patrones, discrepancias y posibles indicadores que pudieran sugerir la presencia de *greenwashing* y/o *social washing* en la actividad comercial desarrollada por Inditex. Asimismo, la información oficial reportada por Inditex se compara con los análisis realizados por las auditorías externas, con el objetivo de detectar incongruencias entre ambas.

Asimismo, el presente trabajo incorpora un análisis cuantitativo a partir del estudio de las puntuaciones y posicionamientos de Inditex en distintos rankings ESG. La selección de los indicadores pertinentes corresponde a su relevancia en el ámbito de la RSC y su presencia destacada en los principales marcos de evaluación ESG utilizados a nivel internacional. Este análisis permite cuantificar el desempeño de la compañía en áreas críticas de la RSC como medio ambiente, derechos humanos, fiscalidad o gobernanza, tomando como referencia indicadores numéricos que permiten situar el rendimiento de la compañía en el contexto del IBEX 35.

La selección de las fuentes utilizadas corresponde a la aplicación de criterios de relevancia, fiabilidad y actualidad, priorizando los informes y datos publicados a partir

de 2023 con el objetivo de aproximarse lo máximo posible a la versión más actualizada del desempeño de la compañía.

Finalmente, es importante mencionar la presencia de ciertas limitaciones metodológicas, pues el rigor y la veracidad del contenido del trabajo dependen en gran medida de información pública, lo que puede entrañar un mayor riesgo de sesgos en la información corporativa, traduciéndose en una dificultad para verificar el impacto real de las políticas analizadas en contextos específicos.

AVISO IA

En la elaboración de este Trabajo Fin de Grado se ha hecho un uso limitado de herramientas de Inteligencia Artificial, exclusivamente como apoyo en tareas instrumentales (p. ej., corrección de estilo, organización de ideas o generación de propuestas preliminares). En ningún caso dichas herramientas han sustituido el trabajo de investigación, redacción y análisis personal que constituye la base del presente trabajo.

Conforme a la política de la Universidad, se declara expresamente que:

- No se ha empleado Inteligencia Artificial para la redacción íntegra ni para la elaboración de partes sustanciales del trabajo.
- Toda intervención de herramientas de IA ha sido revisada, reelaborada y adaptada de manera crítica y autónoma por el/a autor/a.
- La responsabilidad final sobre los contenidos, el análisis y las conclusiones corresponde íntegramente al/a autor/a.

En consecuencia, el presente TFG cumple con lo establecido en el Reglamento General de la Universidad, que considera plagio el uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes sin la debida citación, autorización o reconocimiento.

7. CONTEXTUALIZACIÓN DE INDITEX

7.1. Breve historia de la compañía

La empresa Inditex se ha consolidado como una de las mayores productoras y distribuidoras de moda a nivel global. Su largo recorrido se remonta a 1963, cuando su presidente y fundador, Amancio Ortega, inició su actividad empresarial en el sector textil, especializándose en la confección de ropa para mujeres. Desde entonces, la compañía ha crecido hasta abarcar 8 formatos comerciales: Pull & Bear, Massimo Dutti, Oysho, Uterqüe, Bershka, Stradivarius, Zara Home y Zara, siendo la última su marca insignia y la que ostenta el máximo reconocimiento a nivel mundial.

Es precisamente esta diversificación dentro del mundo de la moda, así como el impulso dado a su marca insignia, Zara, el que actúa como catalizador de la empresa, rebasando los límites nacionales. Al cierre del ejercicio de 2025, Inditex cuenta con un equipo humano de 163.000 trabajadores, de los cuales 115.000 trabajan fuera de España, representando el 71% del total, dejando un total de 48.000 empleados circunscritos al mercado español, siendo el 29% del total. Asimismo, las mujeres representan el 73% de la plantilla global, en la que el promedio de edad es de aproximadamente 30 años. Por tanto, en líneas generales, Inditex mantiene un perfil internacional, joven y mayoritariamente femenino.

Asimismo, Inditex ha establecido una vasta red de instalaciones que han inundado los mercados internacionales. De esta manera, cuenta con un total de 5.460 tiendas físicas, distribuidas entre cinco continentes (Europa, Asia, América, África y Oceanía) operando en 96 mercados a través de sus establecimientos. En esta línea, su plataforma online tiene un alcance global presente en 202 mercados.

7.2. Modelo de negocio y cadena de suministro

En lo referente al modelo de gestión, Inditex ha experimentado un cambio sustancial en los últimos años. Tradicionalmente, la compañía ha operado mediante un modelo de *fast-fashion* (moda rápida), un sistema de producción y consumo lineal basado en el ciclo de extraer, producir y desechar (Modaes & KPMG, 2025, p.58) que busca maximizar la eficiencia y acelerar el ritmo de fabricación a fin de multiplicar los beneficios por encima de los límites establecidos. Este modelo se rige por la lógica de “*just-in-time*” y presenta una serie de implicaciones en lo relativo al volumen de producción, la cadena de suministro, y el impacto ambiental y social.

En esta línea, el *fast-fashion* se caracteriza por una producción masiva que, a su vez, conlleva una rotación constante, lo que aumenta la presión sobre los márgenes y los tiempos de fabricación; la concentración de la producción en países de bajo coste, bajo el objetivo de mantener precios competitivos, y, en última instancia, como consecuencia de un modo de producción tan excesivo como desmesurado. La convergencia de estos factores determinantes en un modelo de gestión que prioriza los resultados sobre los medios ha llevado a diversos estudios a señalar que este modelo puede acarrear impactos medioambientales y sociales negativos.

No obstante, este modelo ha experimentado un cambio sustancial en el último tiempo. Según el informe *Global Fashion Drivers 2025*, encargado de analizar e identificar las 10 tendencias clave que marcarán el negocio global de la moda en 2025, el modelo se encuentra en pleno proceso de evolución hacia uno más avanzado que permita reaccionar ante disrupciones globales como crisis logísticas o cambios geopolíticos, bajo la premisa de priorizar una cadena de suministro más flexible (Modaes & KPMG, 2025, p.41).

Esta modificación redundante, de igual manera, en las cadenas de suministro, para las que Inditex ha apostado por reducir su dependencia del mercado chino, pasando de un 29% en 2022 a un 27% de sus proveedores en 2023 (Modaes & KPMG, 2025, p.43). No obstante, aunque el aprovisionamiento en países geográficamente distantes se mantiene estable, mercados como los de India y Pakistán han ganado un peso significativo. Asimismo, el informe destaca el auge del *nearshoring* (producción en proximidad) en la industria textil con el objetivo de aumentar la velocidad y la flexibilidad.

Paralelamente, en el marco de la sostenibilidad, el modelo de negocio ha incorporado recientemente plataformas de reventa, reparación y donación de prendas, tales como Zara Pre-Owned, en aras de aplicar la circularidad en la gestión textil. En esta línea, el Grupo mantiene planes específicos, como la “Estrategia de Trabajador en el Centro 2023-2025”, para supervisar la transformación de la cadena de suministro en el ámbito laboral y medioambiental.

Por último, Inditex ha optado por la utilización de herramientas como el *blockchain*, sistemas tecnológicos disruptivos cuyo objetivo radica en garantizar la trazabilidad total, desde la materia prima hasta la venta. De este modo, el Grupo busca responder a las nuevas exigencias de certificación ética y sostenibilidad, requeridas por consumidores que actualmente presentan un perfil más estricto y concienciado con el impacto social y

medioambiental de la moda. Estas exigencias abarcan la Normativa sobre criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en Europa, por lo que el Grupo se ve obligado a adoptar estrategias que cumplan con las ESG y contribuyan a reducir la huella de carbono.

Con todo, se puede inferir que el Grupo ha tomado la decisión de trasladar su modelo de negocio y sus cadenas de suministro hacia un entorno más flexible y favorable a los cambios geopolíticos inminentes, priorizando la resiliencia, la agilidad y la capacidad de reacción. No obstante, si bien ha puesto en marcha una serie de iniciativas orientadas hacia una gestión más sostenible, en línea con el surgimiento de marcos regulatorios más sensibles al impacto social y medioambiental de las empresas globales, diversos análisis han subrayado la creciente tensión entre una gestión sostenible con un volumen de producción excesivamente elevado y una rotación acelerada, resultando en la incompatibilidad y la insostenibilidad medioambiental de ambos sistemas (Ellen MacArthur Foundation, 2017; European Environment Agency, 2019).

7.3. Principales líneas de actuación en la RSC

En su Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad 2025 (integrado en la Memoria Anual del ejercicio), el Grupo especifica que los principios que rigen el compromiso de Inditex en materia de RSC y sostenibilidad se dividen en dos vertientes: los principios éticos de actuación, encargados de guiar el comportamiento de sus personas y órganos de gobierno, y los principios estratégicos de sostenibilidad, que orientan la integración de prácticas responsables en su modelo de negocio (Inditex, 2026, p.102).

Según el Código de Conducta de fabricantes y proveedores (aprobado en 2001 y actualizado por última vez en 2012), que se desarrollará más adelante en el documento, y el Informe Anual de Gobierno Corporativo del Grupo de 2023, la actuación de Inditex y su relación con los grupos de interés (stakeholders) se rigen por cuatro principios fundamentales: el respeto, la honestidad e integridad, la transparencia y la responsabilidad, que incluyen el cumplimiento de los Derechos Humanos y de los compromisos asumidos. Cabe destacar que estos principios también son el eje del Código de Conducta del Grupo actualizado en febrero de 2024.

Asimismo, Inditex fundamenta su relación con el entorno en cuatro pilares que permean todas sus políticas: la transparencia y el diálogo con los grupos de interés y las

organizaciones sociales; la colaboración; la debida diligencia, en aras de mitigar y prevenir impactos negativos en la cadena de valor; y la buena fe y la confianza mutua con sus socios comerciales.

Por último, se establece que la RSC se articula en dos dimensiones: la medioambiental y la social, que actúan como guías del modelo de negocio, así como de la estrategia de gestión de Inditex.

7.3.1. Dimensión medioambiental

Según la información reportada por el propio Grupo, la estrategia de Inditex en materia medioambiental se estructura en cinco ejes de acción prioritarios, contenidos en tres planes estratégicos fundamentales que guían su ejecución operativa (Inditex, 2025a, 2025b). Es conveniente incidir en que estos ejes forman parte del discurso corporativo de la compañía, y su implementación efectiva será analizada en apartados posteriores.

1. *Cambio climático y descarbonización.* Inditex ha reafirmado su compromiso con el medioambiente mediante la implementación del Plan de Transición Climática, que busca alinear a la compañía con el Acuerdo de París ². Sus objetivos incluyen alcanzar cero emisiones netas en 2040, reduciendo la huella de carbono al menos un 90% respecto a 2018 (Inditex, 2023b, 2025a) y el uso de al menos 90% de combustibles alternativos en el transporte marítimo para el 2025 (Inditex, 2025a, 2025b).
2. *Uso de recursos y economía circular.* Este proyecto se articula a través del Plan de Fibras y el proyecto *Big Zero Waste* orientados a transformar residuos en nuevos recursos (Inditex, 2025a). Asimismo, el Grupo busca la consolidación de Zara Pre-Owned en mercados clave para ofrecer reparación, reventa y donación de prendas (Inditex, 2025a, 2025b).
3. *Gestión del agua y vertidos.* Inditex prioriza la valoración del agua y la minimización de su huella hídrica, especialmente en los procesos de la cadena de suministro (Inditex, 2025a, 2025c). En aras de reconducir la gestión del agua hacia una optimización más eficiente de la misma, Inditex ha establecido, a través de la Política de Agua 2025, una serie de objetivos que incluyen: la

² El Acuerdo de París (2015) implica para las empresas de la UE la obligación de acelerar la descarbonización para lograr la neutralidad climática en 2050. Por tanto, la alineación de Inditex con este acuerdo climático implica el establecimiento de un marco de total transparencia, así como una transformación operativa hacia un modelo de bajas emisiones, con informes obligatorios sobre la huella de carbono, eficiencia energética y adaptación a nuevas regulaciones.

reducción en un 25%, del consumo relativo de agua en la cadena de suministro para 2025, respecto a 2020 (Inditex, 2025a, 2025b); la implementación del estándar *Care for Water* y la implementación de los servicios WASH para garantizar el acceso al agua en toda la cadena de valor (Inditex, 2025a, 2025c).

4. *Biodiversidad y protección de ecosistemas*. Las líneas de trabajo de este eje buscan proteger la naturaleza dentro del marco de los Límites del Planeta y la Política de Ecosistemas y Biodiversidad (Inditex, 2024, 2025a). Para ello, amparándose en ambos planes, Inditex se ha comprometido con los siguientes propósitos: la no deforestación en el horizonte temporal de 2030 (Inditex, 2024); la restauración de 5 millones de hectáreas para 2030; y la implementación del marco de Acción AR3T, (Evitar, Reducir, Restaurar y Regenerar y Transformar) (Inditex, 2024, 2025a).
5. *Seguridad química y control de la contaminación*. Mediante la inclusión de este eje, Inditex busca garantizar la seguridad de los artículos y la ausencia de sustancias peligrosas en las emisiones al medioambiente (Inditex, 2025a). Por ello, Inditex ha configurado tres líneas de actuación contenidas en tres programas: el estándar *Green to Wear* (GtW), encargado de evaluar la gestión de químicos y el tratamiento de aguas residuales en las instalaciones de procesos húmedos (Inditex, 2025a, 2025b); el programa *The List*, basado en la selección responsable de productos químicos para asegurar el cumplimiento de los requisitos de salud y seguridad; y la aplicación de las guías de ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) para analizar la calidad del vertido y comprobar que alcanza los niveles exigidos (Inditex, 2025a, 2025b).

Para ejecutar estos ejes, Inditex utiliza un Plan de Transformación 2024-2027 basado en tres líneas de acción transversales (Inditex, 2025): el incremento progresivo de exigencias medioambientales a proveedores, la ampliación de los requisitos a las instalaciones de procesos secos a partir de 2025 (Inditex, 2025) y la dotación de herramientas técnicas y capacitación para la mejora continua del desempeño medioambiental en la cadena de suministro (Inditex, 2025).

7.3.2. Dimensión social y laboral

La dimensión social de Inditex en materia de RSC abarca un amplio espectro de requisitos que el Grupo debe satisfacer en materia de derechos humanos, así como de estrategias diseñadas para su debido cumplimiento. El informe sobre los derechos

humanos 2023 reporta de manera completa las políticas formuladas e implementadas en todas las áreas de la compañía, el recorrido de la estrategia en materia de derechos humanos y el proceso continuo, que recoge el progreso y los pasos a seguir.

Las políticas de derechos humanos se apoyan en otras políticas y códigos del Grupo, así como en estándares mínimos de obligado cumplimiento tanto para los empleados como para los grupos de interés (Inditex, 2024). Estos códigos incluyen el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores, anteriormente conocido como Código de Conducta y Prácticas Responsables. Ambos códigos son herramientas de verificación y auditoría del cumplimiento normativo de Inditex.

En términos generales, el primero se encarga de definir y asentar los estándares mínimos de comportamiento ético y responsable que deben ser aplicados y exigibles a todos los actores de la cadena de suministro, reservándose Inditex el derecho de auditar su cumplimiento mediante visitas no programadas y revisión documental (Inditex, 2012, 2025).

El segundo es el Código de Conductas y Prácticas Responsables, que regula el comportamiento interno de todos sus empleados y colaboradores en el desarrollo de su actividad profesional hacia la promoción y el respeto de los derechos humanos y del medio ambiente (Inditex, 2024). El documento incluye una serie de criterios específicos para garantizar un entorno de trabajo seguro y responsable: derechos laborales, libertad de asociación, confidencialidad y salud y seguridad, supervisado por un Comité de Ética, encargado de verificar el cumplimiento del código, investigar las denuncias emitidas y proponer mejoras al Consejo de Administración, y acompañado de un canal de denuncia confidencial (Inditex, 2024, 2025).

Con todo, el Código busca el establecimiento de una relación bidireccional y eficiente entre la alta dirección de la compañía y todo el personal de Inditex (Inditex, 2025). Así queda reflejado en su proceso continuo, cuando se explicita la necesidad de reportar periódicamente a la Comisión de Sostenibilidad, el intercambio de ideas sobre temas relevantes con el Consejo Social, el involucramiento de las distintas áreas del Grupo en la responsabilidad en relación con los derechos humanos y la identificación de nuevos retos potenciales en materia de derechos humanos en la cadena de valor, a fin de prevenirlos y erradicarlos (Inditex, 2024).

Inditex ostenta una larga estrategia en derechos humanos operativa desde 2016 que cuenta con distintas fases en el proceso de integración y promoción de los derechos humanos (Inditex, 2022, 2025). En 2016 la compañía aprobó la política de derechos humanos y estableció una estrategia alineada con los principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos de Naciones Unidas (Inditex, 2025). Más adelante, el Grupo publicó el informe “Trabajador en el Centro 2023”, un marco de acción ampliado que busca generar un impacto positivo más allá del mero cumplimiento (Inditex, 2023). Mediante la publicación de este informe, Inditex busca situar al trabajador en el foco principal, proyectando una alianza, más que el cumplimiento de ciertos requisitos, lo que supone un avance significativo respecto de los códigos de conducta tradicionales (Inditex, 2023, 2025). Esta fase de transformación está influenciada por un enfoque holístico que considera tanto los impactos medioambientales como la perspectiva de equidad para los colectivos vulnerables (Inditex, 2023). En los últimos pasos del recorrido, Inditex ha desarrollado una estrategia de sostenibilidad en la cadena de suministro, además de la actualización de la debida diligencia en esta (Inditex, 2025).

Con todo, Inditex ha formulado una política de RSC anclada en programas de cumplimiento, divididos en seis fases.

1. *Sensibilización y formación.* La sensibilización implica la formación interna a los equipos profesionales de Inditex. Estas formaciones son específicas, pues están especializadas en derechos humanos para proveedores y trabajadores en diálogo social, protección de migrantes o igualdad de género, en el marco de la estrategia “Trabajador en el Centro” con el objetivo de identificar y prevenir cualquier práctica que incite a la explotación en sus propias instalaciones (Inditex, 2022, 2023). Dicha formación está respaldada por el material formativo del Departamento de RSC, en el que se desarrollan los contenidos del *Inditex Minimum Requirements*³, que contiene los requisitos en materia laboral, social y medioambiental (Inditex, 2025), así como de salud y seguridad del producto. Asimismo, según el informe “Esclavitud Moderna 2024⁴”, la marca informa a

³ Inditex Minimum Requirements constituye un marco normativo encargado de integrar los estándares y requisitos de obligado cumplimiento para cualquier proveedor o fabricante. Estos requisitos se aplican de manera transversal a todas las instalaciones de la cadena de suministro, sin distinción entre los niveles de la actividad comercial.

⁴ El informe de Esclavitud Moderna 2024 detalla las medidas y los procesos de debida diligencia aplicados para prevenir, identificar y mitigar riesgos de esclavitud y tráfico de personas en las operaciones del Grupo y su cadena de suministro.

todos los proveedores sobre su política de “Tolerancia Cero” contra el trabajo forzado desde el inicio de la relación comercial (Inditex, 2024).

2. *Autoevaluación de proveedores (pre-assessment)*. Para ello, Inditex utiliza herramientas de autoevaluación como las del programa de Social & Labor Convergence Program (SLCP)⁵, para que los proveedores identifiquen de forma proactiva riesgos de vulnerabilidad en colectivos como migrantes o refugiados, ambos considerados grupos con altas probabilidades de sufrir condiciones de esclavitud moderna (Inditex, 2022, 2025). Asimismo, el Código de Conducta obliga a las fábricas a designar un representante de la dirección como responsable de implementar y asegurar el cumplimiento de los estándares del Código (Inditex, 2012, 2025).
3. *Auditoría social*. Las auditorías se enfocan en detectar indicadores de trabajo forzoso que constituyen prácticas estrictamente prohibidas por el Código de Conducta (Inditex, 2012, 2025). Son llevadas a cabo tanto por auditores sociales independientes como por los equipos internos de RSC de Inditex (Inditex, 2025). Esta fase constituye la base legal que permite la inspección. Esto incluye visitas no programadas a las instalaciones, entrevistas con el personal (empleados, gerentes de las fábricas, representantes sindicales y de salud y seguridad) y la revisión del consumo de los recursos, emisiones y la gestión de residuos (Inditex, 2025).
4. *Asignación de “ratings” (clasificación)*. Los ratings, divididos en ‘A’, ‘B’, ‘C’ y ‘D’, se asignan valorando el grado de cumplimiento de cada uno de los 14 apartados del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores (CCFP). El proveedor A establece que el proveedor cumple con el Código de Conducta. El proveedor B indica que incumple algún aspecto relevante del Código de Conducta. El proveedor C sugiere que incumple algún aspecto no excluyente del Código de Conducta. Por último, el proveedor D considera que incumple varios aspectos del Código de Conducta. El incumplimiento de aspectos críticos relacionados con la esclavitud moderna conlleva automáticamente la asignación de la peor calificación, lo que puede derivar en el bloqueo inmediato de la fábrica,

⁵ El programa SLCP constituye una iniciativa multisectorial avanzada que busca optimizar la gestión de las cadenas de suministro globales mediante la implementación de un sistema único de autoevaluación de la fábrica, verificado por una entidad independiente autorizada, en lugar de continuar con las auditorías individuales. Este modelo busca maximizar la eficacia en materia de intercambio de datos sociales y fiables laborales entre múltiples actores, reduciendo la duplicidad de evaluaciones.

bajo la preeminencia de la estrategia “Tolerancia Cero” previamente mencionada, que conlleva la exclusión de la cadena de suministro y el bloqueo inmediato de la fábrica (Inditex, 2012, 2025).

5. *Aplicación de Planes de Acción Correctivos (PAC)*. En línea con las estrategias de actuación preventivas y mitigadoras de las ineficiencias e incumplimientos detectados, Inditex desarrolla propuestas de soluciones complementarias a las auditorías sociales (Inditex, 2023). Si se detectan irregularidades menores, el proveedor debe aplicar medidas de compensación y de reducción de impactos conforme a los estándares de Inditex (Inditex, 2025). Asimismo, existen planes de remediación específicos y obligatorios. Estos planes involucran a todas las partes implicadas, incluyendo los equipos de RSC de Inditex, los gerentes de las fábricas y los sindicatos locales e internacionales (Inditex, 2023).
6. *Programas de Seguimiento*. Estos programas suceden a los PAC en tanto auditorías de seguimiento (Inditex, 2025). El cumplimiento se monitoriza de forma ininterrumpida a través del Canal Ético y del Comité de Ética, donde cualquier trabajador puede denunciar, de forma confidencial, incumplimientos del Código de Conducta (Inditex, 2024, 2025). El seguimiento incluye visitas físicas sin previo aviso, especialmente en materia social, para comprobar que las condiciones de los trabajadores han experimentado una verdadera transformación positiva y que no se han repetido nuevas situaciones de abuso o coacción (Inditex, 2025).

En línea con la dimensión social de Inditex en materia de RSC, el Grupo también ha puesto de manifiesto su compromiso con los derechos laborales en Bangladés (Inditex, 2023). El informe titulado “Supporting efforts for a higher minimum wage for RMG workers in Bangladesh”, publicado en septiembre de 2023, respalda formalmente las demandas de las trabajadoras de Inditex en Bangladés, quienes reivindicaban un aumento salarial, aduciendo la necesidad de cubrir los costes mínimos de subsistencia (Inditex, 2023). En el documento, Inditex reconoce y reitera la relevancia de Bangladés como un país clave de su cadena de suministro y, asimismo, expresa su deseo de mantener dicha relación bajo un marco de respeto a los derechos laborales (Inditex, 2023). Del mismo modo, señala que los equipos de compra y de sostenibilidad de Bangladés continúan mostrando a los proveedores un claro apoyo al establecimiento de un salario digno para todos los trabajadores de la cadena de valor (Inditex, 2023). Asimismo, Inditex hace

referencia a la existencia de relaciones de confianza entre las partes, reflejada en el desarrollo del Mecanismo de Resolución Provisional de Controversias (Interim Dispute Resolution Mechanism), resultado de la colaboración con interlocutores nacionales en Bangladés, mediante el cual el Grupo afirma garantizar la resolución de disputas potenciales que puedan surgir en el sector (Inditex, 2023a, 2023b).

En definitiva, este informe recoge el posicionamiento y la implicación del Grupo en el apoyo al incremento salarial de los trabajadores en el sector de la confección (Inditex, 2023a). En este sentido, Inditex pone de relieve su confianza en los canales de comunicación preestablecidos para poner fin a cualquier conflicto que comprometa o viole de forma flagrante los derechos laborales, firmemente defendidos en sus reportes (Inditex, 2023a, 2025). No obstante, conviene señalar que, pese a la exposición de iniciativas (ACT Initiative), acuerdos (Bangladesh Accord on Fire and Building Safety), y compromisos de diálogo, la información proporcionada no detalla los procedimientos de implementación y seguimiento necesarios para resolver dicha disputa. Dicho esto, sí asegura la existencia de canales de comunicación que prometen resoluciones exitosas, así como la existencia de una relación de confianza generada entre todos los empleados de la compañía y los diversos grupos de interés (Inditex, 2023a, 2025).

Por tanto, si bien Inditex accede a negociar un salario mínimo justo con el fin de satisfacer la demanda colectiva de las trabajadoras, evidencia la ausencia de información pertinente sobre los procedimientos a seguir. Esta disyuntiva hace necesario un análisis más completo del alcance real de estas iniciativas en el marco de la cadena de suministro. Este informe constituye, por tanto, la principal manifestación del compromiso público de Inditex con la mejora salarial en Bangladés (Inditex, 2023a).

8. INDITEX EN UN CONTEXTO DE GREENWASHING Y SOCIAL WASHING

8.1. Transparencia: el eje vertebrador

Previo al análisis de datos en materia social y medioambiental, es conveniente determinar el grado de transparencia en la información reportada por Inditex. Los informes y políticas publicados por Inditex en materia de RSC evidencian el compromiso del grupo con el medio ambiente y el respeto a los derechos humanos. En términos generales, Inditex cumple con los estándares mínimos establecidos en materia de RSC, lo que le garantiza un buen posicionamiento por encima de la media. Según los rankings en Responsabilidad ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) realizados por MSCI y MERCO, Inditex ostenta una posición líder, convirtiéndose así en una referencia para otras empresas del sector textil alrededor del mundo. No obstante, es importante tener en cuenta que ese buen posicionamiento no atiende necesariamente al nivel de profundidad en la información facilitada por las empresas, sino al cumplimiento de los requerimientos mínimos estandarizados, lo que establece una distinción relevante entre el cumplimiento formal y la verificabilidad del impacto real.

El hecho de que esta información no sea considerada y que, por tanto, no se incorpore dentro de los límites establecidos en el marco de la RSC, también puede contribuir a que la empresa no amplíe los detalles en ciertas categorías. De esta manera, la ausencia de información adicional puede contribuir a generar una percepción positiva que no refleja necesariamente el alcance real de las políticas implementadas. En última instancia, esta falta de transparencia constituye un punto de inflexión entre el cumplimiento formal de los estándares y la posibilidad de verificar su impacto real. Así, la ausencia de un mayor nivel de desglose dificulta la evaluación precisa del alcance y la aplicabilidad de las políticas de Inditex en los ámbitos social y medioambiental.

A partir de la necesidad de verificar la efectividad y aplicabilidad de este *reporting* en los contextos social y medioambiental y determinar el alcance de la información emitida por la compañía, es fundamental compararla con informes elaborados por entidades independientes para obtener una información más completa y lo más contrastada posible dentro de las limitaciones establecidas. En este sentido, los informes emitidos por el Observatorio Anual de RSC analizan la calidad de la información no financiera mediante 700 indicadores en siete áreas: gobierno corporativo, lucha contra la corrupción, fiscalidad, derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y clientes y

consumidores. Esto permite determinar el nivel de cumplimiento de las empresas del IBEX 35, entre las que se encuentra Inditex, en materia de sostenibilidad.

Según el informe del Observatorio (2024), la puntuación global de Inditex en cuanto a nivel y la calidad de información reportada, que constituyen los parámetros utilizados por el estudio para determinar la transparencia, es de 44, 89 puntos sobre 100, situándose en la posición 19 de las 35 empresas analizadas. El estudio concluye que el grado de información proporcionada por las empresas no es homogéneo, por lo que se pierden detalles que pueden resultar determinantes en ciertas cuestiones, y explica que éstas suelen priorizar la exposición de logros sobre la verdadera rendición de cuentas.

En el caso de Inditex, la compañía presenta deficiencias en materia de transparencia según el informe del Observatorio de 2024. En el área de Corrupción, Inditex obtuvo 26,93 puntos sobre 100 (puesto 32 de 35) (Observatorio de RSC, 2024, p.178,179). Asimismo, mantiene una evaluación opaca del Consejo de Administración al no facilitar información significativa sobre los temas de sostenibilidad abordados en su valoración anual (Observatorio de RSC, 2024, p.85). En Fiscalidad Responsable, el Grupo presenta contradicciones al afirmar que no tiene presencia en paraísos fiscales, mientras mantiene sociedades en jurisdicciones consideradas como tales por el Observatorio, como Macao o Mónaco (Observatorio de RSC, 2024, p.150). Esta incongruencia se manifiesta a través de una puntuación de 2,63 puntos sobre 100 en dicha área, convirtiéndose en la categoría peor puntuada de Inditex, situada en la posición 32 del total de empresas.

EMPRESA	POSICIÓN	PUNTUACIÓN OBTENIDA
REPSOL	1	80,63
INDRA	2	71,25
ENDESA	3	64,88
ENAGAS	4	62,50
IBERDROLA	5	59,63
FERROVIAL	6	57,00
ACS	30	2,63
GRIFOLS	31	2,63
INDITEX	32	2,63
PUIG	33	2,63
TELEFÓNICA	34	2,63
ARCERLOMITALL	35	0,0

Tabla 1: Empresas del IBEX 35 mejor y peor posicionadas en el área de Fiscalidad Responsable en 2024. Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa 2024.

En cuanto a su influencia política, el informe revela opacidad en el reporte de lobby de la empresa, alegando la omisión de documentación pública sobre su inscripción en el Registro de Transparencia de la UE. Por último, el estudio identifica una deficiencia técnica en su Estado de Información No Financiera (EINF) al sostener que Inditex no menciona la lucha contra la corrupción en el apartado relativo a la cadena de suministro, limitándose a remitir genéricamente a su Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores (Observatorio de RSC, 2024, p.128, p. 191, p. 228).

Una vez dicho esto, es importante aclarar que la existencia de lagunas de información no vincula directamente a las empresas con la presencia de prácticas fraudulentas en su actividad comercial, en este caso, aplicado a los ámbitos social y medioambiental. No obstante, de la misma manera que la ausencia de información crítica impide establecer conclusiones definitivas, la incapacidad para verificar el impacto real de las políticas implementadas podría interpretarse como un indicio que justifica el análisis de prácticas potenciales de *social washing* o de *greenwashing*.

8.2. Sesgos estructurales de los Rankings ESG

En base a los datos expuestos anteriormente, se puede inferir que el grado de transparencia de Inditex es significativamente bajo. No obstante, la mala puntuación recibida en las áreas correspondientes no ha constituido un obstáculo ni para el rendimiento ni para la reputación del Grupo como uno de los referentes del sector de la moda a nivel global, lo que sugiere que la transparencia no constituye un factor condicionante en la valoración global de la compañía. Este posicionamiento positivo, y por lo general por encima de la media, no está directamente relacionado con dicha incongruencia, sino que es el resultado de una convergencia de factores estructurales que determinan una evaluación generalmente positiva, y, por tanto, un posicionamiento estratégico líder de Inditex en diversas áreas.

Sin embargo, en aras de examinar minuciosamente los catalizadores de la posición notablemente positiva, es fundamental conocer las herramientas que han llevado a Inditex a liderar categorías ESG. Para las empresas, es vital demostrar que cumplen con los criterios ESG, pues representan estándares mínimos que garantizan un flujo continuo de

compras de acciones por parte de inversores, lo que las incentiva a priorizar el cumplimiento formal de esos criterios, incluso cuando no se traduce en mejoras sustantivas en su impacto real. MSCI y Robeco son instrumentos fundamentales en este proceso, pues son entidades encargadas de evaluar el cumplimiento de los criterios ESG, aunque de maneras distintas.

Por un lado, MSCI mide la resiliencia financiera de una empresa ante riesgos ESG específicos de su sector. Para ello, utiliza una calificación de letras, desde AAA (líder) hasta CCC (Rezagado). MSCI evalúa la gestión del riesgo desde una perspectiva financiera. De esta manera, un rating alto en MSCI, como el de AA en Inditex, indica que la empresa gestiona bien sus riesgos. No obstante, esa calificación no siempre garantiza que el impacto real en el mundo sea positivo. Esto es, si bien MSCI califica principalmente la existencia y el contenido de las políticas y los procesos, estos no se corresponden necesariamente con los resultados reales.

Robeco, en cambio, evalúa el impacto real de la empresa mediante un marco basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. A diferencia de MSCI, Robeco emplea un sistema de puntuación numérica (por ejemplo, de -3 a +3) para medir la contribución de la empresa a la sociedad y al planeta. De esta manera, los ratings de MSCI no se suelen corresponder con los de Robeco, pues si una empresa obtiene una buena evaluación de MSCI, aludiendo a la existencia de políticas y al cumplimiento de cierto grado de transparencia por la empresa, Robeco puede contradecir esa puntuación aduciendo que su modelo de negocio no reproduce soluciones sostenibles. Esta diferencia de prioridades es la que puede señalar la existencia de *greenwashing*: un rating de AA en MSCI a una empresa puede desestimar acusaciones de lavado social o medioambiental, bajo el argumento de la remisión de informes de gestión detallados, mientras que los indicadores que sopesen el impacto real sobre dichas áreas distarían en el método de evaluación y, por tanto, en la calificación obtenida, al ser más críticos con el modelo de negocio. Esta divergencia permite que una empresa obtenga buenas calificaciones sin reflejar necesariamente un impacto real positivo.

El informe del Grupo CIMD (2020) revela una tensión estructural entre transparencia y calidad, señalando que métricas como el *ESG disclosure* de Bloomberg ofrecen una “muestra de transparencia que no entra a valorar la calidad de los datos” (Intermoney Valores, 2020, p.16). Como resultado, el cumplimiento formal de los indicadores no

garantiza la calidad ni la veracidad de los datos, lo que incentiva a las empresas a priorizar la visibilidad frente al impacto real.

Además del *rating* obtenido por la entidad evaluadora, otro de los factores que favorecen un posicionamiento dominante son el tamaño y los recursos de la empresa, que actúan como ventaja competitiva. El informe elaborado por el Grupo CIMD (2020) confirma explícitamente que el tamaño es un “factor determinante” y que las empresas grandes, como Inditex, parten con una ventaja añadida al disponer de un volumen significativo de recursos económicos, ya que “no basta con cumplir los criterios ESG con solvencia” (Intermoney Valores, 2020, p.11). La evaluación ESG implica costes de verificación que favorecen a las grandes empresas, derivando en una ventaja estructural respecto de las pequeñas. Este gasto ya supone una brecha entre las empresas grandes y las pequeñas, pues, según Intermoney Valores (2020) mientras las primeras pueden cubrirlo sin mayor dificultad, en las últimas constituye un gasto inasumible. Esta lógica pone de manifiesto que el sistema premia la capacidad de reporte más que el comportamiento real de la empresa. Inditex ilustra a la perfección esta dinámica, pues aparece como la empresa con mayor capitalización bursátil de la muestra (€70.343 millones) y ostenta la máxima calificación de sostenibilidad, “Etiqueta A” (Intermoney Valores, 2020, p.19), estableciendo una correlación directa entre el nivel de recursos y el *rating* asignado en materia de sostenibilidad, sin reflejar estrictamente los resultados reales del impacto medioambiental de la empresa.

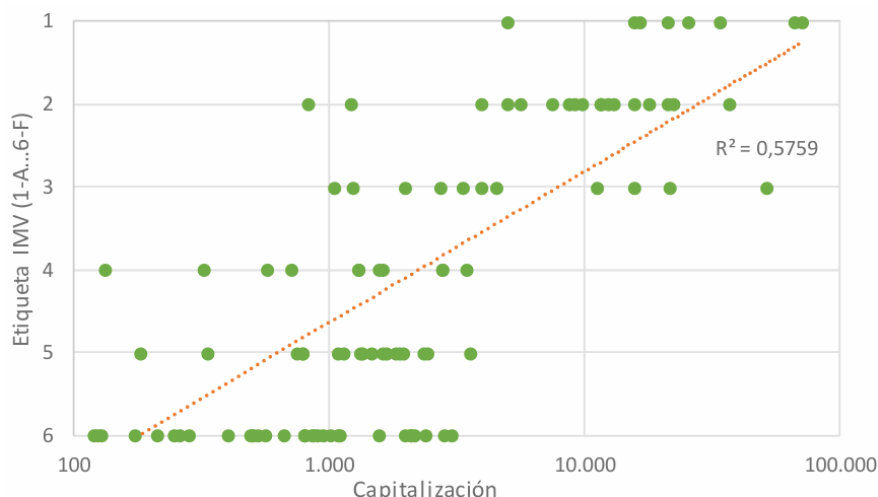


Gráfico 1: correlación entre capitalización y etiqueta ESG IMV de las cotizadas ibéricas. Fuente: IMV, Bloomberg.

El estudio también incide en el poder de las calificaciones frente a las controversias reputacionales. Con base en el estudio Del Giudice-Rigamonti, el informe confirma que las grandes empresas que obtienen buenas puntuaciones “tienden a mantener esas notas pese al estallido de algún escándalo, especialmente si sus informes de ESG están auditados” (Intermoney Valores, 2020, p.11). Esta resiliencia refleja una discrepancia entre los ratings asignados a las empresas y sus prácticas reales en materia de sostenibilidad, lo que hace que las controversias no se traduzcan en penalizaciones determinantes.

Según los datos recopilados, Inditex mantiene puntuaciones de excelencia en numerosos rankings, como “100/100 en Sustainalytics” o “92/100 en Robeco” (Intermoney Valores, 2020, p.19), que sugieren que la empresa es una referencia para el resto. No obstante, al contrastar esta información con el análisis realizado por el Grupo CIMD, se desprende que estas calificaciones son capaces de alterar la realidad de las actuaciones de Inditex en materia de sostenibilidad, al estar blindadas por su auditoría y reporte formal, lo que implica que estos ratings podrían distorsionar la percepción sobre la compañía a pesar de escándalos.

En última instancia, el informe pone de relieve la desconexión entre los ratings asignados a las empresas evaluadas y sus verdaderos resultados en el impacto social y medioambiental, demostrando que la influencia de factores como el tamaño y los recursos son los encargados de determinar el posicionamiento de las empresas, desestimando tanto la calidad como la fiabilidad de la información aportada, en favor de factores estructurales que priorizan la capacidad de reporte y los recursos disponibles sobre el impacto real de la actividad empresarial. En este sentido, puede concluirse que las controversias y acusaciones vertidas contra Inditex no constituyen un riesgo significativo para su posicionamiento en materia de RSC, al estar este último condicionado por factores estructurales de los propios sistemas de evaluación ESG, lo que evidencia la existencia de sesgos estructurales en dichos sistemas.

8.3. Indicadores que pueden sugerir *social washing*

Según el informe del Observatorio anual de RSC 2024, Inditex ocupa el primer puesto del ranking en la categoría de Derechos Humanos, alcanzando una puntuación de 57,54 puntos sobre 100 (Observatorio de RSC, 2024, p.25).

EMPRESA	POSICIÓN	PUNTUACIÓN OBTENIDA
INDITEX	1	57,54
IBERDROLA	2	54,86
ACCIONA	3	52,21
ACCIONA ENERGÍA	4	50,78
REPSOL	5	48,00
AMADEUS	29	18,66
ROVI	30	17,76
BANKINTER	31	16,70
ARCELORMITTAL	32	14,65
UNICAJA BANCO	33	5,24

Tabla 2: Empresas del IBEX 35 mejor y peor posicionadas en el área de Derechos Humanos en 2024. Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa 2024.

El informe identifica a Inditex como la empresa con mayor cumplimiento de indicadores en auditorías, valorando positivamente que reporte el número de proveedores auditados, las materias evaluadas, las acciones de mejora y los casos de terminación de la relación comercial (Observatorio de RSC, 2024, p.396). Asimismo, incide en la realización de auditorías sin previo aviso, una práctica poco frecuente entre las empresas del IBEX 35, donde solo un 3% de las compañías analizadas cumplen con este indicador (Observatorio de RSC, 2024, p.395). En términos de transparencia, el informe subraya que Inditex es de las pocas empresas que informan de los criterios específicos de los derechos humanos incluidos en sus auditorías, como la salud y seguridad o la prohibición de la discriminación, desmarcándose de otras empresas que emplean términos generalistas como “criterios ASG” sin profundizar en mayor nivel en sus políticas (Observatorio de RSC, 2024, p.396). Por último, el informe destaca la realización de programas de sensibilización en derechos humanos para sus empleados, dotándolos de una formación especializada en concienciación social a través de programas como la *ITX Board Academy* o contenidos específicos en su plataforma (Observatorio de RSC, 2024, p. 384; Inditex, 2022, p.11).

Por todo ello, puede inferirse que Inditex no se limita a prácticas generalistas en materia de derechos humanos, sino que va más allá de los estándares establecidos en esta categoría, convirtiéndola en una referencia destacada en este ámbito. No obstante, este buen rendimiento debe ser contextualizado a la luz de diversas críticas relacionadas con la publicación del informe de apoyo al incremento del salario mínimo en Bangladés, emitido por el Grupo en septiembre de 2023 (Inditex, 2023).

8.3.1. Falta de transparencia en la información

La ausencia de información relevante en el informe emitido por Inditex sobre los mecanismos para la resolución del conflicto derivado de las demandas de los trabajadores de la marca en Bangladés, en lo relativo al salario mínimo, ha evidenciado la necesidad de examinar el nivel de transparencia del Grupo en la comunicación de sus políticas sociales. En este sentido, si bien es cierto que la compañía ha puesto de manifiesto su compromiso con el establecimiento de un salario digno a través de su estrategia “Trabajador en el Centro” y su adhesión a la iniciativa ACT (Action, Collaboration, Transformation) para un diálogo efectivo con los integrantes de la cadena de suministro, Inditex no detalla información referente a los procedimientos de implementación y los sistemas de seguimiento necesarios para verificar la efectividad de sus declaraciones.

Según los datos del Observatorio, Inditex informa que la garantía de un salario mínimo vital figura entre los requisitos mínimos para la contratación de proveedores (DDHH.14), y así lo establece en su Código de Conducta. Asimismo, el Observatorio destaca a Inditex por su “Buena Práctica” en informar sobre cómo garantiza el salario mínimo vital acorde con las necesidades vitales de los empleados en todos los países en los que opera, y en aportar datos sobre este compromiso en la cadena de suministro y para con los trabajadores externos y subcontratados (Observatorio, 2024, p. 429).

No obstante, Inditex no figura entre las 12 empresas del selectivo que hacen referencia a los trabajadores propios que reciben un salario acorde a las condiciones vitales, según el benchmarking retributivo de la empresa (Observatorio, 2024, p. 429). En particular, el Observatorio indica que Inditex no figura entre las empresas que aportan información sobre la ratio del salario base en todos los países donde opera (DDLL.9) ni ofrece una comparación de datos con el año anterior (Observatorio, 2024, p.430), lo que dificulta la evaluación de este compromiso de manera integral. A este respecto, el Observatorio matiza que la información que dan las empresas sobre este indicador no es uniforme y que solo en ocasiones se informa en relación con el salario base (Observatorio, 2024, p. 430).

El informe advierte de la existencia de ciertas lagunas críticas de transparencia. En este sentido, el Observatorio señala que ninguna compañía del Ibex 35, incluida Inditex, aporta información comparativa de salarios desglosada por categorías, sexo o países, lo que

impide evaluar el desempeño real en igualdad salarial (Observatorio de RSC, 2024, p.428).

Asimismo, en materia de derechos laborales, el respeto a los derechos sindicales figura como uno de los requisitos para la contratación de proveedores en Inditex. No obstante, según el Observatorio, el Grupo no se encuentra entre las empresas que informan sobre los países con riesgo de vulneración de derechos sindicales (DDHH.15). Esto constituye un vacío institucional, pues si bien Inditex avala el respeto a los derechos sindicales, no puede asegurar su protección efectiva en todos los países de aprovisionamiento. De ello se puede deducir que Inditex es incapaz de garantizar la canalización de las demandas de sus trabajadores en ciertos países donde el respeto a los derechos sindicales no puede ser asegurado. Esta situación es aplicable al caso de Bangladés, donde investigaciones de Amnistía Internacional exponen que, a pesar de los compromisos declarados, existe un “ambiente de temor” donde las direcciones de las fábricas acosan y despiden a trabajadores por afiliarse a sindicatos (Amnistía Internacional, 2025). Además, la organización denuncia que Inditex, en sus auditorías, “equipara la presencia de comités de trabajadores, frecuentemente controlados por la dirección, con la de sindicatos independientes”, incurriendo en una falta de libertad sindical real (Amnistía Internacional, 2025).

En conjunto, estas limitaciones ponen de manifiesto la incapacidad para verificar los compromisos públicos asumidos por la compañía. Por tanto, la existencia de estos déficits de transparencia podría ser interpretada como un indicador de *social washing*.

8.3.2. Desajuste entre discurso y práctica

Pese a la reiteración de Inditex sobre el cumplimiento del salario mínimo vital y el respeto a los derechos laborales, diversos informes apuntan a una precariedad marcada en ambos indicadores. En Bangladés, aunque el gobierno acordó en noviembre de 2023 elevar el salario mínimo a 12.500 BDT, lo que equivale a aproximadamente 114 dólares, esta cifra resulta insuficiente para cubrir las necesidades básicas de subsistencia, situándose muy por debajo de los 23.000 BDT que los sindicatos y organizaciones como la compañía Clean Clothes Campaign consideran el mínimo necesario para garantizar la subsistencia de una familia. Si bien estas cifras se ajustan a la legalidad vigente tras la revisión al alza del salario mínimo, apoyada públicamente por la compañía ante el RMG

Minimum Wage Board en septiembre de 2023 (Inditex, 2023), estas resultan insuficientes para cubrir las necesidades básicas de subsistencia en el país, tal y como han señalado organizaciones como la OXFAM y la Clean Clothes Campaign, que argumentan que no es un salario digno.

En esta línea, los propios datos de la compañía revelan una brecha crítica: en su Informe de Sostenibilidad 2025, Inditex reconoce que, en el mercado de Asia, el cumplimiento en materia salarial en sus fábricas es inferior al 50% (Inditex, 2025, p.2020). A nivel global, la tabla de Cumplimiento del Código de Conducta indica que solo un 68% de las fábricas han implementado plenamente el salario mínimo legal, situándose este indicador en un rango de cumplimiento de entre el 50% y el 70% en *hubs* estratégicos como Europa no comunitaria (Inditex, 2025, p.202).

Si bien este dato representa un progreso significativo respecto de las condiciones laborales de hace una década, pone de relieve la brecha entre las declaraciones de la compañía y su aplicación efectiva en la realidad de los centros de producción (Inditex, 2025). En este sentido, organizaciones como Amnistía Internacional y SETEM denuncian que algunas trabajadoras en el sur de Asia siguen percibiendo “salarios de miseria” y enfrentan represión cuando protestan por aumentos salariales dignos (Amnistía Internacional, 2025; SETEM, 2025).

Por tanto, la realidad de la situación salarial no se corresponde con el discurso corporativo de Inditex, contradiciéndolo. Esta desconexión no constituye un desajuste o un desequilibrio entre ambas dimensiones, sino el contraste entre la retórica y la evidencia.

8.3.3. Limitaciones de los mecanismos de control

En retrospectiva, el Grupo se ha visto involucrado en una serie de controversias sociales que han sucedido en sus instalaciones en Bangladés. Entre 2013 y 2022, el país se convirtió en el escenario de diversas catástrofes y protestas por parte de los trabajadores que han dañado la imagen pública de Inditex en el entorno internacional. En 2013, el colapso de un edificio que resultó en la muerte de más de 1.100 personas puso en el punto de mira a todo el sector textil, en especial a Inditex por la demora en renovar el Acuerdo sobre Incendios y Seguridad en Edificios (Inditex, 2023, p.1; Tokatli, 2014, p.640), un compromiso vinculante sin el cual los avances logrados en seguridad para los trabajadores

se ponían en riesgo. Asimismo, en ese año el nombre de la marca volvió a salir a la luz a raíz de un incendio en una fábrica local que cobró la vida de siete personas. Inditex fue una de las empresas señaladas debido al hallazgo de etiquetas de la marca en los escombros (Tokatli, 2014, p.639). Más adelante, en 2016, Inditex enfrentó escrutinio público derivado de las huelgas masivas para exigir aumentos en el salario mínimo. Esta revuelta sindical fue zanjada con la detención y el despido de cientos de trabajadores, captando la atención de organizaciones que denunciaron que algunos de esos despidos formaban parte de la red de proveedores de Inditex, lo que llevó a cuestionar la efectividad de sus auditorías sociales (Lopez-De-Pedro & Rimbau-Gilabert, 2012, p. 153; Amnistía Internacional, 2025).

Ante esta situación, Inditex vuelve a situarse bajo el ojo público a partir de un informe del Business and Human Rights Resource Centre (BHRRC), en el que se constata la “exacerbación de las condiciones de explotación y robo de salarios” para cumplir plazos ajustados mediante el uso masivo de transporte aéreo (BHRRC, 2024; Clean Clothes Campaign, 2025), lo que añade una presión insostenible sobre los operarios. Además, en el periodo 2024-2025 se mantiene la denuncia de que cerca de 3.000 trabajadores de fábricas proveedoras de Inditex siguen enfrentando cargos penales derivados de las protestas salariales de 2023, sin que Inditex haya intervenido para su retirada, lo que resulta en informes que documentan la negación de la libertad sindical en la cadena de suministro de Inditex en el sur de Asia entre 2023 y 2024 (Amnistía Internacional, 2025).

Asimismo, en materia de derechos laborales, Amnistía Internacional acusa a Inditex de beneficiarse de un modelo que sacrifica los derechos de sindicación en países como Bangladés para operar bajo costes reducidos y un sistema de producción acelerado (Amnistía Internacional, 2025). En esta línea, Inditex ha hecho pública información concerniente a su cadena de suministro, incluyendo proveedores directos, mercados, fábricas y trabajadores (Inditex, 2025, p.19; Inditex, 2025, p.201). No obstante, Amnistía Internacional ha resaltado que, si bien la compañía afirma monitorear la presencia de sindicatos y comités de trabajadores, no ha publicado estos datos (Amnistía Internacional, 2025; Reuters, 2024), poniendo en evidencia el alcance y la eficacia de sus mecanismos de control social.

8.3.4. Persistencia de conflictos laborales

Hoy en día, Inditex se ha vuelto a ver implicado en diversas controversias identificadas que comprometen la dimensión social de su RSC. En noviembre de 2023, los trabajadores textiles en Bangladés volvieron a exigir un aumento del salario mínimo a 23.000 Taka, lo que equivale a aproximadamente 212 dólares, resultando en numerosos procesamientos penales bajo cargos de vandalismo (Reuters, 2023; Amnistía Internacional, 2025).

Como resultado y en relación al informe de apoyo al incremento salarial en Bangladés (Inditex, 2023), se podría inferir que, la publicación de ese informe no forma parte de un proceso de auditoría social, sino que constituye un mecanismo de prevención contra posibles polémicas. Asimismo, esa publicación no se asemeja a un plan correctivo (PAC), pues la intención de Inditex no es corregir su actuación en materia salarial, ya que estaría admitiendo oficialmente la retribución salarial insuficiente, incurriendo de esta manera en el incumplimiento de los estándares mínimos legales y de derechos humanos (Inditex, 2025, p.202).

8.4. Indicadores que pueden sugerir *greenwashing*

Según el informe del Observatorio de RSC 2024, Inditex se encuentra en el puesto 12 de las 35 empresas del IBEX 35 en la categoría de medioambiente (p. 44). Asimismo, el estudio detalla que la compañía se encuentra notablemente por encima de la media de 48,63 puntos del resto de empresas del IBEX 35 en esta área, alcanzando un total de 58,50 puntos sobre 100 (Observatorio de RSC, 2024, p.237). El informe es particularmente positivo en cuanto al rigor técnico de la información aportada por el Grupo, señalando su destaque en áreas como la trazabilidad total de materias primas (Observatorio de RSC, 2024, p. 264); la economía circular y el ecodiseño, mediante el uso de herramientas de Análisis de Ciclo de Vida (ACV) para asegurar un menor impacto medioambiental (Inditex, 2025, p. 102; Observatorio de RSC, 2024, p.312); la protección de bosques, asegurando que los materiales provengan de bosques gestionados de manera sostenible, evitando la deforestación; y su liderazgo en la gestión del suelo, con la adopción de la metodología LEAP (Localizar, Evaluar, Valorar, Preparar) para identificar “dependencias e impactos en la naturaleza” (Observatorio de RSC, 2024, p.250)

Por tanto, los datos recogidos por el Observatorio en materia de sostenibilidad muestran un desempeño generalmente satisfactorio por parte de Inditex y, con ello, ratifican el compromiso de la compañía con la protección del medioambiente. Pese a ello,

Inditex ha sido duramente criticado por entidades sociales que han acusado al Grupo de ocultar el impacto real de su logística, cuestionando la fiabilidad de sus métodos y la credibilidad de sus actuaciones en materia medioambiental.

Por su parte, la organización SETEM y Campaña Ropa Limpia (Clean Clothes Campaign) denuncian una desconexión entre el discurso de sostenibilidad de Inditex y su operativa real. En lo referente al impacto medioambiental de la compañía, ambas organizaciones critican el aumento del 37% de las emisiones de transporte en 2023, calificando al modelo de “moda rápida” como un catalizador del “colapso” medioambiental (SETEM Federación, 2025). En vista de ello, exigen “poner fin al uso sistemático del transporte aéreo para el traslado de la mercancía” (SETEM Federación, 2025). Finalmente, afirman que el modelo de negocio de la empresa se basa en la sobreproducción y el “blanqueo ecológico”, donde los eslóganes no se traducen en una responsabilidad real sobre el planeta o los derechos humanos.

Paralelamente, la ONG Public Eye (2025), dedicada a la investigación y denuncia de las actividades fraudulentas de las empresas multinacionales, ha acusado a Inditex de malas prácticas por contribuir a la crisis climática al transportar toneladas de ropa por avión para mantener su modelo de “*ultra fast-fashion*”.

Según los informes de las organizaciones Public Eye y datos de Reuters (2025), las emisiones de transporte de Inditex han crecido a una velocidad alarmante: un 37% en 2023 y un 10% en 2024 (Public Eye, 2025; Reuters, 2025). Sin embargo, Public Eye denuncia el cambio en la metodología de cálculo de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) aplicado por Inditex en 2024 en el informe más reciente, alegando que actúa como un ‘maquillaje contable’: la empresa redujo el volumen total reportado de forma matemática, pero no real (Public Eye, 2025). Al ‘recalcular’ las emisiones de 2023 y elevarlas de los 2,0 millones originales a 2,3 millones de toneladas, Inditex logra que el salto hacia los 2,6 millones de 2024 parezca solo de un 10% (Public Eye, 2025; Reuters, 2025). Si la empresa no hubiera modificado sus matemáticas y se comparase la cifra actual con el dato original de 2023 (2,0 millones), el aumento real de emisiones por el uso masivo de aviones sería de un 30%, triplicando el incremento que figura en el informe oficial (Public Eye, 2025).

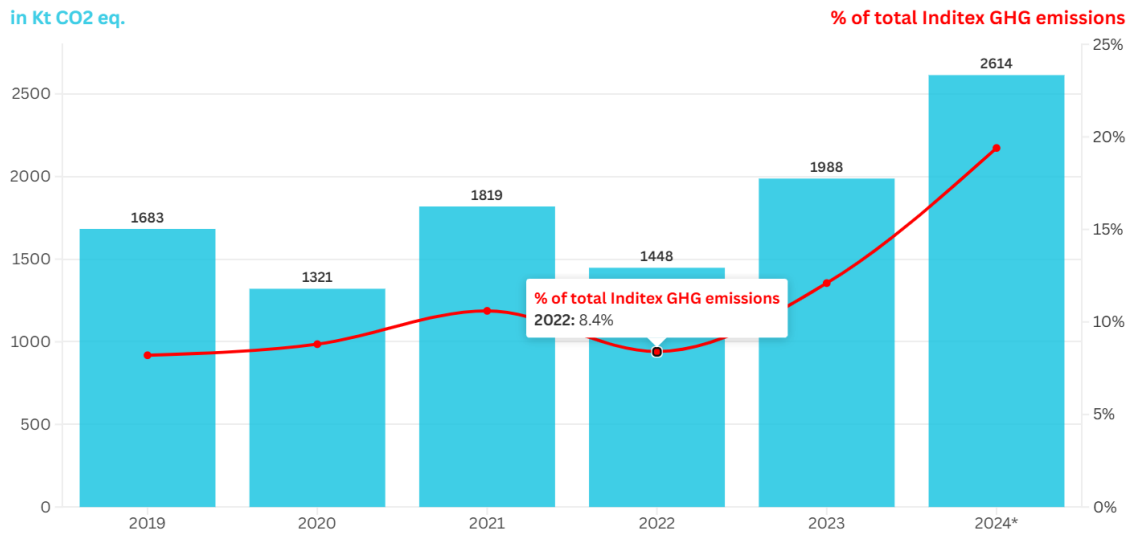


Gráfico 2: Emisiones de GEI (Gases de Efecto Invernadero) de Inditex del transporte y distribución ascendentes. Fuente: Public Eye a partir de los informes del índice anual 2020-2024.

Asimismo, Public Eye (2025) ha incidido de manera repetitiva en la “ocultación de datos fundamentales”, criticando que, en el Informe Anual de Inditex, un documento de 500 páginas aproximadamente, el transporte aéreo solo se mencione una vez y esté vinculado a una medida mínima de combustible sostenible (p.2). Es importante considerar que el transporte aéreo constituye una de las fuentes de emisiones más importantes de la compañía. La única mención al transporte aéreo a lo largo del informe está vinculada al uso de un 5% de combustible sostenible (SAF) en vuelos desde Madrid, algo que la ONG ha tildado de maniobra de distracción a fin de ocultar el impacto real de su logística masiva (Public Eye, 2025). Frente a ello, Inditex enfatizó que el transporte marítimo y por carretera eran los métodos más significativos por distancia, evitando discutir la intensidad de emisiones por kilómetro del flete aéreo (Inditex 2025, citado en Reuters, 2025). A este respecto, al describir su metodología, Inditex menciona que calcula emisiones basándose en “toneladas, distancia y medio de transporte utilizado” (Inditex, 2025, p.212) y pone el foco en el transporte marítimo, donde reportan un 98% de cobertura con combustibles alternativos (p. 128). No obstante, esta práctica de agrupar los datos permite a la empresa reportar la cifra total de emisiones sin detallar explícitamente en el texto la dependencia del avión, lo que respalda la crítica de Public Eye sobre la ‘falta de transparencia narrativa’ sobre este medio (Public Eye, 2025).

En este sentido, se puede apreciar la negativa de Inditex a desglosar la información proporcionada con más detalle como una práctica recurrente, algo que el Observatorio de RSC (2024) califica de “persistente opacidad en el detalle geográfico y operativo” (p. 279). Un menor nivel de granularidad de la información de Inditex en materia de transporte dificulta la evaluación precisa del impacto de las emisiones en el entorno, manteniendo un reporte “excesivamente agregado y genérico” (Observatorio de RSC, 2024, pp. 262, 283).

En definitiva, la ONG señala que Inditex prioriza la “rapidez de la logística” y el transporte de las fabricaciones por encima del impacto medioambiental, lo que, según Public Eye (2025) erosiona la credibilidad de sus promesas climáticas.

De lo anterior se desprende que pese a la elevada puntuación de Inditex en materia de sostenibilidad y medio ambiente reportada por el Observatorio 2024 (58,50 puntos), las controversias recogidas por las organizaciones internacionales previamente mencionadas inciden en la falta de desglose en la información aportada por Inditex. Asimismo, el Observatorio (2024) realiza una serie de apuntes adicionales a este respecto.

En lo relativo a impactos locales y contaminantes específicos, aunque Inditex destaca por el reporte de gases de efecto invernadero, el informe critica de manera general al conjunto de empresas del IBEX 35, incluyendo la operativa de Inditex, en los siguientes aspectos que incluyen la “desconexión entre compromiso y métrica operativa” (p. 286). El Grupo no aparece entre las empresas que logran detallar impactos específicos por territorio, y el foco exclusivo en el carbono. En este sentido, el informe argumenta que las empresas analizadas se centran “exclusivamente en reportar las emisiones de CO₂”, ignorando la recopilación de emisiones de otros agentes contaminantes y perjudiciales para la salud como los óxidos de nitrógeno (Nox) (Observatorio de RSC, 2024, pp. 285, 329). De este modo, en su propio informe de 2025, Inditex admite que “por el momento no es posible cuantificar estas emisiones” en su cadena de suministro debido a la “falta de metodologías robustas y de estimación” (Inditex, 2025, p. 138).

Finalmente, en lo relativo al detalle geográfico y operativo, el informe del Observatorio de RSC (2024) sostiene que la prevalencia de datos agregados a nivel de grupo “diluye la visibilidad de los impactos en ecosistemas específicos”, lo que dificulta evaluar la afectación real sobre las comunidades locales (p.283). Así, el Observatorio (2024) concluye que ninguna empresa del IBEX 35 informa sobre “todos los indicadores

requeridos por la ley en relación con el medio ambiente” (p. 338), resultando en una calificación de “parcial” o “incompleta”, lo que impide el cumplimiento de los requerimientos de “comparabilidad, relevancia y fiscalidad” pertinentes para realizar comparaciones reales entre las compañías analizadas (Observatorio de RSC, 2024, pp, 333, 338).

Finalmente, en materia de biodiversidad, el informe carga de manera generalizada contra las grandes empresas por reportar acciones de biodiversidad principalmente en su país de origen, España, ignorando que los mayores impactos ambientales probablemente se dan con mayor frecuencia en países en desarrollo donde se extraen las materias primas (Observatorio de RSC, 2024, p. 324). En base a ello, el Observatorio advierte que limitar el análisis a las sedes administrativas u omitir dependencias sistemáticas de la cadena de valor es una “interpretación sesgada de la materialidad” que muchas organizaciones utilizan para “supuestamente eludir informar de aspectos de significativo impacto sobre la salud de los ecosistemas” (Observatorio de RSC, 2024, pp. 323, 333).

En conclusión, la elevada puntuación de 58,50 puntos obtenida por Inditex en los indicadores medioambientales presentados por el Observatorio refleja un nivel de transparencia técnica superior a la media (Observatorio de RSC, 2024, p.44). No obstante, según señala el mismo estudio, resulta fundamental considerar la ausencia de salvedades en los informes de verificación externa reportados por el Grupo y sugiere que se están validando informes que omiten información fundamental (Observatorio de RSC, 2024, pp. 329-330). Dichas reservas limitan la capacidad de verificar de manera completa el alcance real de las políticas medioambientales de la compañía y contemplan la posibilidad de interpretar estas prácticas como potenciales indicadores de *greenwashing*.

8.5. El Nuevo Paquete Ómnibus: un retroceso en los objetivos en materia de sostenibilidad

Si bien los apartados desarrollados anteriormente pueden sugerir la presencia de *social washing* y de *greenwashing* en las actividades comerciales de la compañía, la nueva iniciativa puesta en marcha por la Unión Europea en materia de sostenibilidad y medio ambiente multiplica las posibilidades de que dichas prácticas se lleven a cabo en un entorno menos limitador en cuanto a la información requerida para reportar. Para analizar y comprender el nuevo marco legislativo adoptado por la UE, es importante contextualizar su recorrido normativo en materia medioambiental.

Antes de la propuesta y aprobación del nuevo paquete Ómnibus, la Unión Europea había consolidado un robusto marco legislativo centrado en la protección del entorno y la transformación hacia una economía circular. Los compromisos de la UE se han articulado principalmente a través del Pacto Verde Europeo⁶ (2019), que estableció una visión integral para la transformación ecológica de la región bajo la premisa de que “la transición limpia de la Unión es un motor clave para la prosperidad a largo plazo y la competitividad sostenible de Europa” (Comisión Europea, 2025b). Entre los acuerdos más significativos y relevantes para las empresas europeas destacan la Transparencia Corporativa (CSRD) y la Debida Diligencia (CSDDD).

En primer lugar, la Transparencia Corporativa (CSRD), Directiva (UE) 2022/2464 (CSRD), obliga a las empresas a informar de manera exhaustiva sobre sus impactos medioambientales, sociales y de gobernanza para permitir a inversores y a partes interesadas el “acceso a datos fiables y comparables” (Observatorio de RSC, 2025). Para ello, se desarrollaron las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad⁷ (NEIS), diseñadas para proporcionar a inversores y partes interesadas datos fiables y comparables. En segundo lugar, la UE impulsó la Debida Diligencia en Sostenibilidad Corporativa (CSDDD), cuyo objetivo principal era obligar a las empresas a identificar, prevenir y mitigar daños medioambientales y violaciones de derechos humanos en sus operaciones y en sus cadenas de valor globales.

Por tanto, se puede concluir que antes de la adopción del nuevo paquete de reformas europeo en materia de sostenibilidad, la UE mantenía una agenda de exhaustivos parámetros legislativos encargados de elevar los estándares de responsabilidad corporativa y de asegurar que la sostenibilidad fuera el eje vertebrador de la competitividad europea.

En contraposición, el paquete de simplificación u octavo paquete ómnibus, adoptado por la Comisión Europea el 26 de febrero de 2025, busca garantizar la competitividad de la Unión Europea mediante la “reducción de las cargas administrativas en un 25% para

⁶ El Pacto Verde Europeo es la hoja de ruta estratégica de la UE para alcanzar la neutralidad climática en 2050, transformando la economía mediante una visión integral de la transición ecológica, la sostenibilidad y la economía circular.

⁷ Las NEIS (Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad) son estándares obligatorios (Reglamento 2023/2772) que incluyen normas transversales (NEIS 1 y 2) y temáticas sobre Medio Ambiente (E1-E5), cuestiones sociales (S1-S4) y Gobernanza (G1).

todas las empresas y en un 35% para las PYMES⁸” (Comisión Europea, 2025a). La aplicación de esta iniciativa implica la transformación del panorama regulatorio previamente establecido de la siguiente manera:

- 1) *Reconfiguración de la Directiva de Sostenibilidad (CSRD)*: uno de los cambios más drásticos es la reducción del alcance de la Directiva sobre información corporativa en sostenibilidad. Se propone “eliminar aproximadamente el 80% de las empresas de las obligaciones de la CSRD” (Comisión Europea, 2025a). Bajo el nuevo criterio, solo las empresas con más de 1.000 empleados y una facturación superior a 50 millones de euros (o balance superior a 25 millones) seguirán sujetas a las normas. Paralelamente, se suprime la obligación de la Comisión de adoptar estándares de reporte específicos por sector, permitiendo que las empresas reporten únicamente generalidades. Por último, se ha decidido no avanzar hacia el nivel de “seguridad razonable⁹” en las auditorías, manteniendo el requisito únicamente en el nivel de “seguridad limitada¹⁰”, que es menos exigente (Comisión Europea, 2025a). De esta manera, se produce una reducción significativa en la verificación de las prácticas de las empresas en todos sus ámbitos, lo que según voces críticas, “abre una ventana al *greenwashing*” (Observatorio de RSC, 2025)
- 2) *Medidas de ‘Escudo’ para PYMES y Cadena de Valor*. La iniciativa busca evitar que las empresas pequeñas asuman la carga burocrática de las grandes. Para ello, se implantará un estándar voluntario para PYMES, que funcionará como un ‘escudo’ legal, limitando la información que las grandes empresas o bancos pueden solicitar a sus proveedores de menos de 1.000 empleados en la cadena de valor (Comisión Europea, 2025a). Asimismo, durante los tres primeros años, las empresas no estarán obligadas a reportar datos primarios directos de sus proveedores sobre incidentes de corrupción o soborno si esto supone un esfuerzo

⁸ Las PYMES son las pequeñas y medianas empresas. El paquete Ómnibus busca reducir su carga administrativa en un 35%, estableciendo estándares de reporte de sostenibilidad voluntarios y simplificados, adecuados a su capacidad y escala.

⁹ La seguridad razonable representa un nivel de garantía más elevado y riguroso, equiparable a la auditoría de las cuentas anuales financieras. Proporciona un alto grado de confianza sobre la fiabilidad de los datos reportados, exigiendo un examen detallado de los procesos internos de la empresa para evitar el *greenwashing* y asegurar que la realidad operativa se corresponda con la narrativa.

¹⁰ La seguridad limitada es el estándar de verificación aplicado actualmente a los Estados de Información No Financiera (EINF). En este nivel, el verificador independiente realiza procedimientos menos exhaustivos y concluye con una declaración de “ausencia de evidencias”, afirmando que no ha encontrado indicios de que la información no sea conforme a la ley. Ha sido un objeto de críticas al basarse en gran medida en textos genéricos que no detectan deficiencias reales de la información.

desproporcionado, permitiéndose el uso de estimaciones o datos sectoriales (Observatorio de RSC, 2025).

- 3) *Simplificación Ambiental e Industrial*. El paquete ómnibus introduce modificaciones en normativas de emisiones y residuos. En lo que respecta a emisiones industriales (IED), los sistemas de gestión medioambiental (EMS) se simplifican de manera que, a partir de ahora, “podrán realizarse a nivel de empresa en lugar de por cada instalación individual; se eliminan los inventarios químicos y se deroga la obligación de las auditorías independientes si ya se cuenta con ISO 14001 o EMAS” (Comisión Europea, 2025b).¹¹ Asimismo, se propone “derogar la obligación de reportar datos a la base de datos SCIP¹² sobre sustancias peligrosas en los productos” (Comisión Europea, 2025b). Por último, se procederá a la gestión de residuos permitiendo que las empresas no tengan que nombrar un representante autorizado en cada Estado miembro donde venden, y “limitando la frecuencia de reporte a una vez al año” (Comisión Europea, 2025b).

Con todo, la Comisión estima una reducción en la carga burocrática de aproximadamente “4.400 millones de euros anuales” (Comisión Europea, 2025a). A partir de la adopción de este método reduccionista, la Comisión busca actuar bajo la premisa de que “competitividad y sostenibilidad son dos caras de la misma moneda” (Comisión Europea, 2025b). No obstante, y aplicando esta lógica, la sostenibilidad se verá inevitablemente afectada a la vez que la competitividad, de manera que el aumento de la competitividad podría traducirse en una reducción de la sostenibilidad, estableciéndose una relación inversamente proporcional entre ambas. La razón de este distanciamiento entre las dos caras radica en la pérdida de granularidad de los datos, resultada de un arduo proceso de simplificación masiva e indiscriminada de los estándares medioambientales.

Las normas regulatorias aplicadas a las empresas en materia de sostenibilidad fueron implementadas en aras de abarcar un mayor número de datos y así reducir la posibilidad de irregularidades en las actividades empresariales, garantizando resultados eficaces en la detección de ineficiencias en los planos social y medioambiental. Es por ello que la entrada en vigor de esta iniciativa, más permisiva y laxa, constituye un “riesgo de

¹¹ ISO 14001 es el estándar internacional de gestión ambiental. EMAS, por otro lado, es el reglamento europeo más exigente (Reglamento 1221/2009), que requiere una declaración ambiental pública verificada y un cumplimiento legal estricto.

¹² El SCIP es la base de datos de la Agencia Europea de Sustancias Químicas sobre sustancias peligrosas en productos. El Paquete ómnibus propone eliminar la obligación de reportar datos aquí para simplificar la carga burocrática empresarial.

desregulación que reduce la calidad y comparabilidad de la información” (Observatorio de RSC, 2025), así como una pérdida de transparencia, uno de los indicadores que ha revelado actuaciones significativamente deficientes por parte de las empresas, incluyendo Inditex, según el Observatorio.

En el caso de Inditex, la aprobación de este paquete omnibus podría exacerbar los riesgos de *greenwashing* y *socialwashing*. De acuerdo al Observatorio de RSC (2024), las nuevas NEIS simplificadas tras el omnibus reducen el número de datos obligatorios a reportar y eliminan los requisitos de información sobre estimaciones e incertidumbre. Esto permite que empresas con cadenas de valor complejas, como Inditex, puedan presentar una “transparencia de superficie” donde los compromisos estratégicos no están respaldados por métricas operativas detalladas, sino por estimaciones y fuentes secundarias (Observatorio de RSC, 2024). Asimismo, el estudio de RSC 2024 advirtió sobre la falta de desglose en la formación en la alta dirección de Inditex en temas ASG. El paquete omnibus eliminará la exigencia de desglosar mayores detalles por categorías, contribuyendo a legitimar un menor grado de detalle en los informes de Inditex. Por último, el Observatorio (2024) señaló que Inditex no presentó salvedades en sus informes de verificación, pese a las deficiencias detectadas en el análisis. La introducción del paquete Omnibus legitima esta ausencia de datos que podrían revelar que la información de las empresas no era del todo precisa o completa bajo el requisito de ‘seguridad limitada’. De este modo, la verificación se convertirá en un trámite de escasa incidencia, con menor capacidad para detectar prácticas de lavado social y medioambiental, puesto que los informes actuales son “poco exhaustivos, compuestos en su mayor parte por textos genéricos y repetidos de un año a otro” (Observatorio de RSC, 2024), lo que, en última instancia, deja una ventana abierta al *greenwashing* (Observatorio de RSC, 2025).

En definitiva, la implementación de esta práctica implica el desplazamiento de un modelo prescriptivo hacia uno más sintético, basado en meras declaraciones de cumplimiento y no en un *reporting* completo, omitiendo información esencial y debilitando los mecanismos de control necesarios para avanzar hacia una transformación real en sostenibilidad.

9. DISCUSIÓN

En virtud de la información expuesta anteriormente, es imprescindible dedicar un apartado a la discusión del análisis realizado con el fin de delimitar el alcance del trabajo y aportar las respuestas necesarias a las preguntas de investigación formuladas al inicio del trabajo.

Como una de las empresas líderes del sector de la moda rápida, es innegable que Inditex cumple con los parámetros establecidos en materia social y medioambiental que exigen tanto las entidades evaluadoras del cumplimiento de criterios ESG como los accionistas y consumidores, para los que es imperativo que las acciones y el discurso de la empresa estén alineados con los factores que promueven y con los que se identifican ambos públicos. Por un lado, en el ámbito medioambiental, Inditex cuenta con una extensa serie de políticas que abarcan un amplio abanico de escenarios, desde el cambio climático y la protección de ecosistemas hasta la seguridad química y el control de la contaminación. Por otro lado, en el ámbito social y laboral, Inditex ha desarrollado y aplicado políticas y códigos que contienen estrictos patrones de comportamiento para fabricantes y proveedores con el objetivo de garantizar el respeto a los derechos humanos a través de fases como la formulación, la sensibilización y los planes de corrección. Asimismo, Inditex no se limita a establecer una serie de pautas que sus empleados deben seguir, pues, además de eso, ha implementado programas más específicos que detectan la presencia de irregularidades y aplican planes de corrección y de seguimiento en aras de interrumpir y evitar reincidir en los mismos errores. En esta línea, queda patente la intención de Inditex de atajar los conflictos de índole social que puedan comprometer tanto el correcto funcionamiento de la actividad empresarial como el bienestar de los trabajadores, diferenciándose, en este aspecto, de otras empresas del sector.

No obstante, la mera existencia de estas políticas reguladoras, si bien indiscutible, no constituye necesariamente una garantía suficiente de cumplimiento con los objetivos establecidos, lo que genera un desajuste entre el discurso y la práctica. En este sentido, es vital tener en cuenta tanto la presencia como la ausencia de información pertinente para establecer afirmaciones definitivas y absolutas y así evitar caer en medias verdades. Para ello, los instrumentos de evaluación como Robeco y MSCI son fundamentales, pues evalúan de manera independiente el cumplimiento con los criterios ESG, asegurando un análisis exento de sesgos. Si bien es cierto que a primera vista, la investigación y los informes emitidos por estas agencias pueden reflejar con certeza la actuación de las

empresas, la existencia de ciertos factores desestabilizadores puede dilucidar los resultados obtenidos y, por tanto, comprometer la calidad y la fiabilidad de dicha información.

De esta manera, elementos como el tamaño y los recursos constituyen factores determinantes que pueden distorsionar la objetividad de los resultados, proyectando una serie de conclusiones que corren el riesgo de no corresponderse con el desempeño real de la empresa, y, consecuentemente, con su impacto social y medioambiental. En última instancia, este fenómeno incita a pensar que estas entidades evaluadoras priorizan factores de escasa relevancia para la cuestión que se pretende analizar, lo que pone de relieve las limitaciones del alcance de estas entidades a este respecto, así como la presencia inadvertida de ciertos sesgos estructurales. Esto demuestra la incapacidad de estos sistemas para producir datos y declaraciones enteramente verídicos y exactos sobre las empresas analizadas. De este modo, la posición líder de Inditex en Responsabilidad ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) le confiere una solidez difícilmente perturbable desde los sistemas de evaluación convencionales, pero que aún puede ser cuestionada desde el punto de vista de la transparencia.

En esta línea, es imprescindible considerar la transparencia como el punto de anclaje de todos los resultados y conclusiones emitidos sobre la empresa, y que no atiende necesariamente al cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos. A partir de los rankings elaborados por el Observatorio Anual de RSC 2024 en los que quedan patentes las deficiencias de transparencia de Inditex en áreas como Corrupción y Fiscalidad Responsable, se puede deducir lo siguiente: las críticas a la falta de transparencia por parte de Inditex son compatibles con su alta posición en Medio Ambiente y Sostenibilidad y en Derechos Humanos. Esta correlación, si bien comprobada en la práctica, resulta contradictoria e insostenible, ya que, desde una óptica idealista y expectativa de la máxima divulgación y desclasificación, la ausencia de información clave impide tanto confirmar como descartar la presencia de *social washing* o *greenwashing*.

En última instancia, tanto la propia estructura de Inditex como la de los sistemas de verificación externos resultan insuficientes para establecer una conclusión absoluta sobre el impacto real de las actividades del Grupo.

Dicho esto, es pertinente identificar ciertas actividades que podrían interpretarse como indicios de *greenwashing* y/o *social washing*. En el plano del *greenwashing*, la denuncia

de Public Eye sobre la manipulación de las emisiones por parte de Inditex, reforzada por la “persistente opacidad señalada en el detalle geográfico y operativo” y datos “excesivamente agregados y genéricos” señalados por el Observatorio de RSC constituyen datos incontestables. Ambas entidades aportan datos que advierten sobre una desconexión entre la narrativa oficial de Inditex y las prácticas reales de la compañía. En el plano del *social washing*, destacan cuatro indicadores. En primer lugar, la brecha salarial de los trabajadores en Bangladés, reflejada en el informe de sostenibilidad de Inditex en el que el Grupo reconoce que en Asia el cumplimiento salarial es inferior al 50% en sus fábricas y que solo el 68% de las fábricas a nivel global ha implementado el salario mínimo legal, contrarrestando el discurso de “salario digno”. En segundo lugar, el informe de apoyo al salario mínimo de Bangladés, pues, si bien es cierto que el informe es explícito en su apoyo a los reclamos de los trabajadores, no especifica cómo se implementará ni cuáles serán los métodos de seguimiento del mismo, lo que socava en gran medida su alcance y su credibilidad. En tercer lugar, la opacidad en la libertad sindical. Amnistía Internacional ha señalado que Inditex afirma monitorizar sindicatos. No obstante, dichos datos no son publicados, lo que restringe significativamente su capacidad de actuación y de contestación al cuestionamiento de la compañía. Por último, la inacción ante las represalias: Inditex no ha llevado a cabo ninguna intervención en apoyo a cerca de 3.000 trabajadores que enfrentan cargos por las protestas salariales de 2023.

Estos datos colisionan con los informes de Inditex, lo que da lugar a un panorama sumamente complejo de dilucidar, repleto de aristas y contradicciones: el cumplimiento de estándares ESG emitidos por entidades reguladoras, por un lado, e, incongruencias con el discurso oficial de la compañía, por el otro. La presencia de indicadores opuestos, si bien determinante, no hace sino perpetuar el debate en torno a la comisión, o no, de lavado social y/o medioambiental, por lo que no llegan a ser definitivos para confirmar de manera rotunda la presencia de dichas prácticas, así como tampoco las invalidan por completo. En este sentido, este desentendimiento se agudiza con la ineficacia de los sistemas de auditoría externos para resolver las salvedades de la información aportada por el Grupo, lo que deriva en una incapacidad para distinguir entre RSC auténtica y RSC cosmética.

De esta manera, la autenticidad de la información de Inditex queda puesta en tela de juicio sin llegar a ser anulada, debido en gran parte al posicionamiento líder de la empresa en las áreas analizadas. A este respecto, la entrada en vigor del paquete Ómnibus

contribuirá a reducir la información necesaria a aportar por parte de las empresas, legitimando un nivel de detalle aún menor que podría ocultar ineficiencias e irregularidades que no lleguen a ser declaradas. A largo plazo, se traduce en la sustitución de la transparencia por la eficacia burocrática, priorizando la agilidad de la actividad empresarial sobre el compromiso con los grupos de interés y el medio ambiente, y consolidando un modelo en el que rendir cuentas cede terreno ante la mera apariencia de hacerlo.

10. CONCLUSIONES

A partir del análisis realizado, es posible afirmar que Inditex cumple formalmente con los estándares mínimos exigidos en materia de RSC, lo que le garantiza un posicionamiento líder en los principales rankings ESG. La compañía dispone de una arquitectura institucional sólida: Códigos de Conducta actualizados, auditorías sociales, planes de acción correctivos, una estrategia de derechos humanos operativa desde 2016 y compromisos medioambientales alineados con el Acuerdo de París. Este nivel de desarrollo la distingue de otras empresas del sector y no puede ser desestimado.

No obstante, el contraste con los análisis de organismos independientes, entre los que figuran el Observatorio de RSC, Public Eye, Amnistía Internacional, la Clean Clothes Campaign y el Business and Human Rights Resource Centre, entre otros, revela una serie de indicadores que cuestionan la autenticidad de ese compromiso.

Con todo, el análisis no permite concluir de forma categórica que Inditex practica *greenwashing* o *social washing* de manera deliberada y sistemática. La principal razón es estructural: tanto la arquitectura de reporte de la propia compañía como los sistemas de evaluación ESG externos presentan sesgos que dificultan distinguir entre RSC auténtica y RSC cosmética. Los ratings de MSCI y Robeco premian la capacidad de reporte y el tamaño de la empresa por encima del impacto real, lo que genera una zona de confort institucional que amortigua el efecto de las controversias. En consecuencia, los indicadores identificados son compatibles con prácticas de *greenwashing* y *social washing*, pero la ausencia de información suficientemente desagregada impide confirmarlos de forma definitiva ni descartarlos.

Este resultado conecta directamente con la pregunta sobre en qué medida estas prácticas condicionan la autenticidad de la RSC de Inditex: la condicionan de forma significativa sin anularla por completo. La autenticidad de la RSC de Inditex permanece en un estado de verificabilidad limitada, sostenida por el cumplimiento formal de estándares y erosionada por una transparencia selectiva que prioriza la visibilidad sobre la rendición de cuentas real.

Limitaciones

El presente trabajo no está exento de limitaciones que conviene señalar para contextualizar adecuadamente el alcance de sus conclusiones. La más relevante, y también la más estructural, es la incapacidad para concluir de forma definitiva si Inditex

práctica *greenwashing* o *social washing*. Esta imposibilidad no deriva de una insuficiencia metodológica del trabajo en sí, sino de dos factores externos al propio análisis que lo condicionan desde el origen y que el trabajo ha puesto de manifiesto: por un lado, los sesgos estructurales de los sistemas de evaluación ESG externos y la transparencia selectiva de la arquitectura de reporte de Inditex, que restringe el acceso a datos suficientemente desagregados para establecer conclusiones verificables.

Este es un riesgo que el trabajo asume de forma consciente, pero en el que se ha intentado profundizar lo máximo con el fin de acotar y delimitar con la mayor precisión posible las vacilaciones existentes sobre el impacto real de las actividades de Inditex. Conviene aclarar, no obstante, que esta limitación no compromete el objetivo del trabajo, puesto que no se persigue culpabilizar a Inditex ni emitir un veredicto sobre sus prácticas, sino construir un análisis objetivo, exento de conjeturas e influencias externas que pudieran distorsionar la lectura de los datos. Esto resulta especialmente exigente cuando el objeto de estudio es una marca de amplio reconocimiento internacional, cuya imagen pública genera con frecuencia posicionamientos previos, tanto favorables como críticos, que pueden condicionar el análisis antes incluso de que este comience. Mantener esa distancia analítica ha sido, en sí mismo, uno de los retos metodológicos más significativos del trabajo.

En segundo lugar, el análisis depende en gran medida de información pública, lo que implica una dependencia estructural del propio discurso corporativo de Inditex y limita la posibilidad de acceder a datos operativos no divulgados. Asimismo, si bien se ha realizado un esfuerzo por seleccionar el mayor número posible de fuentes independientes y de distinta naturaleza, incluidos informes de organismos internacionales, ONG, agencias de rating ESG, medios especializados y literatura académica, la selección no puede ser exhaustiva, por lo que es posible que existan fuentes relevantes no incorporadas que podrían matizar o enriquecer algunas de las conclusiones obtenidas. Por último, la ausencia de entrevistas con actores clave, incluidos trabajadores de la cadena de suministro, auditores sociales o representantes sindicales, restringe la dimensión cualitativa del trabajo y deja fuera perspectivas que serían fundamentales para una evaluación más completa del impacto real de las políticas alcanzadas.

Agenda futura

Los resultados de este trabajo abren varias líneas de investigación que merecen ser exploradas. En primer lugar, sería pertinente realizar un análisis longitudinal que permitiera evaluar si los indicadores de *greenwashing* y *social washing* identificados se intensifican o se corrigen a raíz de la implementación del paquete omnibus, una vez que sus efectos sean observables en los informes corporativos. En segundo lugar, sería valioso extender el marco analítico aplicado a Inditex a otros actores del sector, como H&M, Shein o Primark, con el fin de determinar si los patrones identificados son exclusivos de la compañía o constituyen una lógica estructural del *fast-fashion*. Por último, futuras investigaciones podrían incorporar metodologías de investigación directa, como entrevistas en profundidad con trabajadores de la cadena de suministro o con auditores sociales independientes, para contrastar el discurso corporativo con la experiencia vivida en los centros de producción, cerrando así la brecha entre el análisis documental y la realidad operativa.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Amnistía Internacional. (2025, 27 de noviembre). *La industria mundial de la confección se beneficia de la denegación del derecho de sindicación en los principales países proveedores*. Recuperado de <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/noticias/noticia/articulo/la-industria-mundial-de-la-confeccion-se-beneficia-de-la-denegacion-del-derecho-de-sindicacion-en-los-principales-paises-proveedores/>
- Bansal, P., & Roth, K. (2000). Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness. *The Academy of Management Journal*, 43(4), 717–736. <https://doi.org/10.2307/1556363>
- Bowen, F., & Aragon-Correa, J. A. (2014). Greenwashing in Corporate Environmentalism Research and Practice: The Importance of What We Say and Do. *Organization & Environment*, 27(2), 107–112. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/26164703>
- Business and Human Rights Resource Centre. (2024, 11 de diciembre). *Bangladesh: Inditex supply chain workers report exploitative conditions linked to increase in air shipping, including poverty wages, wage theft and physical and verbal abuse*. Recuperado de <https://www.business-humanrights.org/en/latest-news/bangladesh-inditexs-reliance-on-air-freight-part-of-super-fast-fashion-model-fuelling-worker-abuses-including-poverty-wages-wage-theft-and-physical-and-verbal-abuse/>
- Clean Clothes Campaign. (2025, 15 de julio). *NGOs Demand End to Airborne Fashion and Justice for Bangladeshi Workers at Inditex AGM*. Recuperado de <https://cleanclothes.org/news/2025/ngos-demand-end-to-airborne-fashion-and-justice-for-bangladeshi-workers-at-inditex-agm>
- Clean Clothes Campaign. (s. f.). *Bangladesh Minimum Wage: Supporting a national minimum wage increase to 23,000 Taka*. Recuperado de <https://cleanclothes.org/campaigns/bangladesh-minimum-wage>.
- Comisión Europea. (2025, 1 de abril). *Omnibus package*. Directorate-General for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union. https://finance.ec.europa.eu/news/omnibus-package-2025-04-01_en
- Comisión Europea. (2025, 10 de diciembre). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Simplifying for sustainable competitiveness* (COM/2025/980 final). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52025DC0980>
- Dahl, R. (2010). Greenwashing: Do You Know What You're Buying? *Environmental Health Perspectives*, 118(6), A246-A252. <https://www.jstor.org/stable/40661580>

- Dulleck, U., Kerschbamer, R., & Sutter, M. (2011). The Economics of Credence Goods: An Experiment on the Role of Liability, Verifiability, Reputation, and Competition. *The American Economic Review*, 101(2), 526–555. <http://www.jstor.org/stable/29783682>
- Ekstrand, S. S., & Nilsson, K. L. (2011). Greenwashing? *European Food and Feed Law Review*, 6(3), 167-173. <http://www.jstor.com/stable/24325853>
- ElAlfy, A., & Weber, O. (2019). *Corporate sustainability reporting: The case of the banking industry*. Centre for International Governance Innovation. <https://www.jstor.org/stable/resrep24967.9>
- Ellen MacArthur Foundation (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>
- European Environment Agency (2019). *Textiles and the environment: The role of design in Europe's circular economy*. <https://www.eea.europa.eu/en/analysis/publications/textiles-in-europes-circular-economy>
- Greenberg, M. (2013). What on Earth is sustainable?: Toward critical sustainability studies. *Boom: A Journal of California*, 3(4), 54-66. <https://doi.org/10.1525/boom.2013.3.4.54>
- Gupta, S., & Sharma, N. (2009). CSR- A business opportunity. *Indian Journal of Industrial Relations*, 44(3), 396–401. <https://www.jstor.org/stable/27768212>
- Hörisch, J., Freeman, R. E., & Schaltegger, S. (2014). Applying stakeholder theory in sustainability management: Links, similarities, dissimilarities, and a conceptual framework. *Organization & Environment*, 27(4), 328-346. <https://doi.org/10.1177/1086026614535786>
- Inditex (2024, 10 de septiembre). *Política de Ecosistemas y Biodiversidad*. Industria de Diseño Textil, S.A. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/sostenibilidad/reporting>

- Inditex (2025). *Memoria Anual Grupo Inditex 2025: Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad*. Industria de Diseño Textil, S.A. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/home>
- Inditex (2025, 4 de febrero). *Política de Agua*. Industria de Diseño Textil, S.A. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/sostenibilidad/reporting>
- Inditex. (2022). *Informe de Derechos Humanos 2022*. Arteixo: Industria de Diseño Textil, S.A. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/sostenibilidad/reporting>
- Inditex. (2023). *Estrategia de gestión social de la cadena de suministro: Trabajador en el Centro*. Memoria de sostenibilidad estratégica. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/home>
- Inditex. (2023, 11 de septiembre). *Supporting efforts for a higher minimum wage for RMG workers in Bangladesh*. Comunicado oficial. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/home>
- Inditex. (2024). *Declaración referente a la Esclavitud Moderna y la Trata de Seres Humanos para el ejercicio 2023*. Aprobado por el Consejo de Administración. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/home>
- Inditex. (2024). *Informe Anual de Gobierno Corporativo 2023*. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/home>
- Inditex. (2024, febrero). *Política de Derechos Humanos (Versión 2.0)*. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/sostenibilidad/reporting>
- Inditex. (2024, septiembre). *Política de Ecosistemas y Biodiversidad*. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/sostenibilidad/reporting>
- Inditex. (2025). *Alcance de la Política de Ecosistemas y Biodiversidad*. Documento técnico de sostenibilidad. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/sostenibilidad/reporting>
- Inditex. (2025). *Cadena de suministro: gestión para transformar el sector*. Anexo de Indicadores. <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/sostenibilidad/reporting>
- Inditex. (2025). *Inditex 2024 GRI Sustainability Content Index* (Publicado el 12/03/2025). <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/sostenibilidad/reporting>

- Inditex. (2025, febrero). *Política de Sostenibilidad*. Modificada por el Consejo de Administración.
<https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/sostenibilidad/reporting>
- Inditex. (2026). *Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad 2025* (Memoria Anual referida al ejercicio 2025).
<https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/home>
- Inditex. (s. f.). *Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores*. Recuperado de la web corporativa de Inditex.
<https://www.inditex.com/itxcomweb/es/es/home>
- Intermoney Valores SV. (2020, 25 de septiembre). *Inversión con criterios ESG en España y Portugal*.
- Jacobs, B. L., & Finney, B. (2019). Defining Sustainable Business—Beyond Greenwashing. *Virginia Environmental Law Journal*, 37(2), 89–131.
<https://www.jstor.org/stable/10.2307/26742666>
- Leung, C. T.-L. (2026). *Social Washing and Authentic Accountability*. Encyclopedia. MDPI.
- Lopez-De-Pedro, J. M., & Rimbau-Gilabert, E. (2012). Stakeholder Approach: What Effects Should We Take into Account in Contemporary Societies? *Journal of Business Ethics*, 107(2), 147-158.
<https://www.jstor.org/stable/41476239>
- Lyon, T. P., & Maxwell, J. W. (2011). Greenwash: Corporate environmental disclosure under threat of audit. *Journal of Economics & Management Strategy*, 20(1), 3-41.
<https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2010.00282.x>
- Markham, D., Khare, A., & Beckman, T. (2014). Greenwashing: A Proposal to Restrict its Spread. *Journal of Environmental Assessment Policy and Management*, 16(4), 1-16.
<https://www.jstor.org/stable/10.2307/enviassepolimana.16.4.02>
- Missé, A., Moreno, J. Á., Vázquez, O., Escorsa, P., & Casado Cañeque, F. (2015). Responsabilidad social de la empresa: ¿RSE o RIP?. *El Ciervo*, (754), 8–12.
<https://www.jstor.org/stable/26360524>

- Modaes, y KPMG. (2025). *Global Fashion Drivers 2025*. Cinnamon News. <https://kpmg.com/es/es/informes-publicaciones/2025/02/global-fashion-drivers-2025.html>
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2024). *La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35* (Edición 2024, referida al ejercicio fiscal 2023). Recuperado de <https://observatoriorsc.org/>
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2025, 10 de marzo). *Paquete omnibus: un paso atrás en los objetivos en materia de sostenibilidad de la UE* [Nota de prensa]. <https://observatoriorsc.org/paquete-omnibus-un-paso-atras-en-los-objetivos-en-materia-de-sostenibilidad-de-la-ue/>
- Oliveras Castillo, C. (2025, 24 de marzo). *¿Cuánto emite Inditex? Central, transporte y producción, tonelada a tonelada*. <https://www.modaes.com/entorno/cuanto-emite-inditex-central-transporte-y-produccion-tonelada-a-tonelada>
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2022, 14 de diciembre). *Directiva (UE) 2022/2464 por la que se modifican el Reglamento (UE) n.º 537/2014, la Directiva 2004/109/CE, la Directiva 2006/43/CE y la Directiva 2013/34/UE, por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas*. Diario Oficial de la Unión Europea, L 322/15. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2022/2464/oj>
- Phyper, J.-D., & MacLean, P. (2009). *Good to Great: Managing Business Risk and Opportunities in the Age of Environmental Awareness*. John Wiley and Sons Canada Ltd
- Public Eye (2025, 25 de marzo). *Inditex ignores all criticism and increases climate damaging transport emissions*. Investigation. <https://www.publiceye.ch/en/topics/fashion/inditex-ignores-all-criticism-and-increases-climate-damaging-transport-emissions>
- Ramus, C. A., & Montiel, I. (2005). When are corporate environmental policies a form of greenwashing? *Business & Society*, 44(4), 377-414
- Reid, H. (2025, 14 de marzo). *Inditex dispara sus emisiones de transporte en 2024*. Reuters. Disponible en: www.reuters.com
- Rizzi, F., Gusmerotti, N., & Frey, M. (2020). *How to meet reuse and preparation for reuse targets? Shape advertising strategies but be aware of “social washing”*.

- Waste Management, 101, 291–300.
<https://doi.org/10.1016/j.wasman.2019.10.024>
- Sailer, A., Wilfing, H., & Straus, E. (2022). *Greenwashing and Bluewashing in Black Friday-Related Sustainable Fashion Marketing on Instagram*. *Sustainability*, 14(3), 1494.
<https://doi.org/10.3390/su14031494>
- Schaltegger, S. (2011). Sustainability as a driver for corporate economic success: Consequences for the development of sustainability management control. *Society and Economy*, 33(1), 15-28.
<https://www.jstor.org/stable/10.2307/90002239>
- Schneider, A. (2015). Reflexivity in sustainability accounting and management: Transcending the economic focus of corporate sustainability. *Journal of Business Ethics*, 127(3), 525-536.
<https://www.jstor.org/stable/24702835>
- SETEM Federación (2025, 15 de julio). *Exigimos a INDITEX responsabilidad climática y social en su Junta de Accionistas*.
<https://www.setem.org/actualidad/noticias/exigimos-a-inditex-responsabilidad-climatica-y-social-en-su-junta-de-accionistas/>
- Servos, C. M., & Marcuello, C. (2007). NGOs, Corporate Social Responsibility, and Social Accountability: Inditex vs. Clean Clothes. *Development in Practice*, 17(3), 393–403.
<http://www.jstor.org/stable/25548224>
- Short, J. L., & Toffel, M. W. (2010). Making Self-Regulation More Than Merely Symbolic: The Critical Role of the Legal Environment. *Administrative Science Quarterly*, 55(3), 361–396.
<http://www.jstor.org/stable/41149173>
- Strand, R. (2014). Strategic Leadership of Corporate Sustainability. *Journal of Business Ethics*, 123(4), 687–706.
<http://www.jstor.org/stable/24033146>
- Tata, J., & Prasad, S. (2015). CSR Communication: An Impression Management Perspective. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 765–778.
<http://www.jstor.org/stable/24703561>

- TerraChoice Environmental Marketing. (2010). *The sins of greenwashing: Home and family edition*. Underwriters Laboratories. <http://sinsofgreenwashing.org/findings/greenwashing-report-2009/>
- Thistlethwaite, J., & Menzies, M. (2016). *Assessing the governance practices of sustainability reporting*. Centre for International Governance Innovation. <http://www.jstor.com/stable/resrep16159>
- Tokatli, N. (2015). Single-firm case studies in economic geography: some methodological reflections on the case of Zara. *Journal of Economic Geography*, 15(3), 631-647. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbu013>
- Vanhamme, J., & Grobben, B. (2009). "Too good to be true!". The effectiveness of CSR history in countering negative publicity. *Journal of Business Ethics*, 85(Suplemento 2), 273–283. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9731-2>
- Weyzig, F. (2009). Political and economic arguments for corporate social responsibility: Analysis and a proposition regarding the CSR agenda. *Journal of Business Ethics*, 86(4), 417–428. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9855-4>

12. ANEXOS

<i>Datos identificativos</i>	Información
<i>Nombre de la empresa</i>	Industria de Diseño Textil, S.A. (Inditex)
<i>Dirección</i>	Avenida de la Diputación, Edificio Inditex, 15143 Arteixo, A Coruña, España
<i>Año de creación</i>	1963 (fundación de la primera empresa), 1985 (como holding Inditex)
<i>Actividad para desarrollar</i>	Distribución minorista de moda (prendas de vestir, calzado y complementos) y artículos de hogar
<i>Número de trabajadores (2026):</i>	161.281 empleados
<i>Número de tiendas (2026)</i>	5.527 tiendas físicas
<i>Facturación (millones de euros)</i>	39.864 millones de euros
<i>Capital (millones de euros)</i>	16.954 millones de euros (Fondos propios/Patrimonio neto)
<i>Presidente de la compañía:</i>	Marta Ortega Pérez
<i>Página web:</i>	Inditex.com

Tabla 3: datos identificativos de Inditex. Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Informe Anual de Inditex 2025.

Compañía	ETFs ESG	VM (€mn)	% total	
			Iberia	Global
INDITEX	75	148,57	20,7%	0,196%
BBVA	72	102,19	14,2%	0,135%
RED ELECTRICA	71	53,33	7,4%	0,070%
JERONIMO MARTINS	56	20,05	2,8%	0,026%
TELEFONICA	54	24,36	3,4%	0,032%
GALP ENERGIA	50	20,84	2,9%	0,028%
AMADEUS IT GROUP	49	25,95	3,6%	0,034%
IBERDROLA SA	48	83,27	11,6%	0,110%
ENAGAS SA	48	22,59	3,1%	0,030%
CAIXABANK SA	47	18,36	2,6%	0,024%
BANCO SANTANDER	44	31,12	4,3%	0,041%

Tabla 4: Compañías españolas con presencia en ETFs de ESG, número de ETFs en los que están presentes, valor de mercado de las posiciones y % del VM agregado en todos los ETFs. Fuente: Bloomberg

	Capit. (€mn)	Etiqueta IMV	Score -10a y % var.	Bloomberg ESG				Sustainalytics				Robeco			Arabesque	ISS Quality	CDP	Comp. vinculada ESG		% Mujeres			% Discap.	
				Score	Gobierno	Medio amb.	Social	Score	Gobierno	Medio amb.	Social	Score	Econ.	Medio amb.	Social	Score	Score	Score	Bonus	Consejo	Total	Ejecut.	Consejo	Total
INDITEX	70.343	A	53 -7%	53	57	52	56	100	98	100	96	97	92	100	92	68	1	7	N	N	75%	79%	22%	
IBERDROLA	66.231	A	69 0%	69	71	67	73	96	88	97	86	96	95	96	91	62	3	7	Y	N	23%	20%	36%	
ENDESA	24.309	A	67 38%	67	63	62	83	95	97	90	98	89	89	88	87	61	1	7	Y	N	23%	18%	18%	1%
AMADEUS	22.354	A	50 10%	50	59	43	60	89	96	85	88	94	92	98	94	57	1	6	N	N	39%		18%	1%
EDP	16.951	A	65 -4%	65	59	63	77	93	59	94	95	99	92	97	99	62	2	7	Y	N	25%	22%	14%	1%
FERROVIAL	16.673	A	64 35%	64	63	64	63	82	62	92	90	100	97	100	91	61	2	8	N	N	29%	17%	17%	
NATURGY	16.425	A	62 -20%	62	63	53	81	98	97	92	98	100	100	100	100	64	3	7	N	N	31%	28%	8%	
ACCIONA	5.373	A	66 21%	66	68	60	75	88	58	92	84	97	99	100	88	53	5	8	Y	N	32%	14%	27%	

Tabla 5: valores con etiqueta A. Fuente: Bloomberg, IMV, Arabesque