



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA EN LAS
EMPRESAS DEL IBEX 35: INDITEX. ¿SE
ADECUAN LAS ACTUACIONES DE LA EMPRESA
A LO ESTABLECIDO EN SU CÓDIGO DE
CONDUCTA?**

Autor: Aránzazu González Díaz

Director: José Luis Fernández Fernández

Madrid

Abril 2018

Aránzazu
González
Díaz

**LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA EN LAS EMPRESAS DEL IBEX 35: INDITEX. ¿SE ADECUAN LAS
ACTUACIONES DE LA EMPRESA A LO ESTABLECIDO EN SU CÓDIGO DE CONDUCTA?**



RESUMEN / PALABRAS CLAVE

El término “código de conducta” hace referencia a aquel instrumento de responsabilidad social corporativa, a través del cual el máximo órgano de gobierno de una compañía comunica el comportamiento que de la empresa y de sus trabajadores se espera en sus relaciones con los los distintos grupos de interés. La cultura empresarial queda así plasmada en estos documentos como una suerte de autorregulación, al no existir obligación legal, al menos en el ordenamiento español, de aprobar tal código. Esta voluntariedad refleja la importancia que para la empresa y sus grupos de interés tiene el código de conducta. De hecho, la gran mayoría de las empresas líderes cuentan con un código entre sus instrumentos éticos. Inditex, empresa textil y uno de los grupos empresariales españoles más importantes del Ibex 35, no podía ser una excepción. Cabe señalar que la empresa cuenta con dos códigos de conducta, uno que versa sobre las prácticas responsables que deben guiar la actuación de la compañía, y otro que presta atención a los fabricantes y proveedores como grupo de interés especialmente vulnerable para Inditex. A través del estudio de caso, se analizan en este trabajo las actuaciones de la compañía en lo que a responsabilidad social corporativa se refiere. Concretamente, se examinan las Memorias Anuales de los años 2012, 2014, 2016, es decir, tres de los ejercicios transcurridos desde la actualización de los códigos de conducta del grupo en 2012. El análisis mencionado permite dar respuesta a la pregunta de investigación recogida en el título que da nombre a este trabajo. Se puede afirmar que la compañía adecúa generalmente sus actuaciones a lo pautado en sus códigos éticos. Sin embargo el respeto a los derechos humanos y laborales por parte de sus fabricantes y proveedores puede poner en entredicho el cumplimiento de las obligaciones éticas de Inditex.

Palabras clave: código de conducta, código ético, RSC, grupos de interés, Inditex.

ABSTRACT / KEYWORDS

The term “conduct code” refers to that corporate social responsibility instrument, through which the top governance body communicates the behavior that the company and its workers should observe in their relations with their stakeholders. Thus, these documents embody the corporate culture, although there is not a legal obligation on the Spanish legal system of doing so. This willfulness shows the importance of conduct codes for both the company and its stakeholders. In fact, almost every leader company hold a conduct code among its ethical instruments. Inditex could not be an exemption to this rule, as the textile group is one of the main Spanish companies listed on the Ibex 35 index. It is to be noted that the enterprise has two conduct codes. The first one deals with the responsible practices that should lead the company’s performance. The other one considers the fact that producers and suppliers are vulnerable stakeholders for such a huge textile group. An analysis on the company’s corporate social responsibility is carried by means of this paper. In particular, 2012, 2014 and 2016 Annual Reports are examined, which are three of the financial years lapsed since the conduct codes were updated in 2012. The aforementioned analysis brings an answer to the research question that appears on this paper’s title: Inditex’s performance generally adjust to what is established on its codes. However, respect for human and labor rights by the company’s suppliers and producers may jeopardize the fulfillment of Inditex’s ethical obligations.

Keywords: conduct code, ethical code, CSR, stakeholders, Inditex

ÍNDICE

ÍNDICE	1
INTRODUCCIÓN	3
A. PROPÓSITO Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA	3
B. JUSTIFICACIÓN	3
C. OBJETIVOS	4
D. METODOLOGÍA	4
E. ESTRUCTURA	5
CAPÍTULO I: LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA	7
A. ¿QUÉ ES UN CÓDIGO DE CONDUCTA?	7
i. <i>Concepto</i>	7
ii. <i>Importancia</i>	8
iii. <i>Destinatarios: stakeholders</i>	9
iv. <i>Contenido</i>	10
B. REGULACIÓN LEGAL EN ESPAÑA.....	12
C. GESTIÓN DE LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA	13
i. <i>Elaboración, aprobación y revisión</i>	13
ii. <i>Difusión e implantación</i>	14
iii. <i>Control</i>	14
CAPÍTULO II: INDITEX	16
A. PRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.....	16
B. ¿POR QUÉ INDITEX DENTRO DE LAS EMPRESAS DEL IBEX 35?	17
C. ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE INDITEX	18
i. <i>Concepto de ética: colectivo o individual</i>	19
ii. <i>Tipo de responsabilidad: stakeholder o shareholder</i>	19
iii. <i>Enfoque institucionalización: integridad o cumplimiento</i>	19

CAPÍTULO III: EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE INDITEX.....	21
A. PRESENTACIÓN	21
B. CONTENIDO	22
i. <i>Código de Conducta y Prácticas Responsables.....</i>	22
ii. <i>Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores Grupo Inditex.....</i>	28
CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA DESDE SU APROBACIÓN.....	32
A. EJERCICIO 2012	33
B. EJERCICIO 2014.....	37
C. EJERCICIO 2016	42
CAPÍTULO V: PROPUESTAS DE ACTUALIZACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA DE INDITEX.....	47
CONCLUSIONES	49
BIBLIOGRAFÍA	53

INTRODUCCIÓN

A. PROPÓSITO Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA

El presente estudio tiene por objetivo indagar en las actuaciones de Inditex, para conocer si éstas se ajustan a lo establecido en sus códigos de conducta, y poder proponer posteriormente, si es que procede, alguna mejora a los mismos. En definitiva, estudiaremos los códigos de conducta, en general, para luego adentrarnos en el Inditex, en particular, y poder conocer los puntos fuertes y débiles del mismo.

En un entorno cambiante, cada vez más globalizado y con mayor presencia de empresas multinacionales, se requiere pautar ciertos criterios de actuación para que las empresas, como agentes sociales que son, puedan crear valor sin perjudicar al resto.

Estas exigencias de respeto y buenas prácticas, se plasman en instrumentos de responsabilidad social corporativa, como son los códigos de conducta, y sirven de hoja de ruta de la empresa, tanto a largo como a corto plazo.

B. JUSTIFICACIÓN

Hoy, la importancia de la responsabilidad social corporativa (o RSC, por sus siglas) es una cuestión mayoritariamente aceptada en el ámbito empresarial.

De hecho, numerosos estudios han demostrado empíricamente que la RSC influye positivamente en el desempeño, sobretodo financiero, de la compañía. Esta es la razón por lo que las empresas destinan progresivamente una mayor inversión a las políticas de responsabilidad social corporativa.

De este modo, vemos que cada vez es más común elaborar un código de conducta o código ético en el seno de una compañía, pero ¿recogen realmente estos instrumentos los asuntos delicados en la marcha de la sociedad o son una descripción teórica de propuestas inalcanzables? La respuesta a esta pregunta dependerá del caso concreto que estemos analizando. En este trabajo estudiaremos el caso de Inditex, probablemente una de las

empresas españolas más importantes a nivel global. Ante un caso de este calibre, se requiere un estudio detallado como el que vamos a llevar a cabo a continuación.

C. OBJETIVOS

El objetivo central, sobre el cual gira todo este estudio, es dar respuesta a la pregunta de investigación que pretendo resolver: ¿Se adecuan las actuaciones de Inditex a lo recogido en su código de conducta?

El objetivo principal se concreta en los siguientes:

- Estudio de los códigos de conducta.

Lo que se pretende aquí es delimitar el concepto de código de conducta, y diferenciarlo de otros instrumentos éticos disponibles en las compañías. También estudiaremos la eventual regulación legal de los mismos, así como los métodos más habituales para su gestión.

- Realizar un estudio pormenorizado de la forma en la que Inditex articula su responsabilidad social corporativa, en general, y su código de conducta en concreto.

En esta fase analizaremos en detalle esta parte tan importante de una empresa líder como es Inditex. Es indudable que la actuación de la empresa tiene un impacto en la sociedad, el cual puede ser muy beneficioso o muy perjudicial, en función de cómo se articulen estas responsabilidades.

D. METODOLOGÍA

Este trabajo se puede dividir en dos partes muy diferenciadas. Una primera que trata la comprensión de los códigos de conducta a nivel general, más descriptiva, y una segunda parte más analítica.

En lo que respecta a la primera parte, veremos que se trata de una parte más conceptual en la que habrá que acudir a la literatura sobre la materia. Las bases de datos, tales como

EBSCO o Google Académico, son de utilidad para acceder a artículos científicos e informes sobre la materia. En la búsqueda, para facilitar la obtención de resultados, se han empleado las palabras claves siguientes: “código de conducta”, “código ético”, “*ethical code*” y “*conduct code*”. El uso de manuales, si bien ha sido más residual, también ha estado presente para describir estos instrumentos éticos.

La segunda parte, relativa al análisis de la compañía elegida, tiene un mayor peso en este trabajo. Hemos llevado a cabo un estudio de caso de Inditex, que ha sido elaborado para dar respuesta a la pregunta que inspira el título de este trabajo. El primer paso para lograr tal fin es conocer la compañía y entender el impacto de la misma en la sociedad. Para ello, se recurre a la información pública disponible en su página web, ya que al ser una sociedad cotizada su deber de transparencia es mayor que el de cualquier otra sociedad. Esta misma metodología nos permite ir más allá para conocer la forma en la que Inditex desarrolla su ética, en general, y su código de conducta en particular. El estudio de caso continúa, en tercer lugar, con un análisis y comparativa de las Memoria Anuales de la compañía publicadas en su página web. Esto, junto con noticias publicadas sobre la ética de la compañía en medios de comunicación, nos permite responder a la pregunta de si las actuaciones de la compañía son reflejo de los enunciados de su código de conducta.

E. ESTRUCTURA

A la introducción del estudio, le siguen cinco capítulos.

El primero de los cinco capítulos (“Los códigos de conducta”), es el que antes hemos referido como la parte más teórica y conceptual del trabajo. Éste, a su vez, se encuentra dividido en tres subapartados que tratan la definición de estos instrumentos, su regulación legal en España y su gestión por las compañías.

El segundo capítulo “Inditex”, se trata de una presentación de la compañía, a través de sus principales indicadores, una justificación de la elección de la misma para el presente estudio de caso, y, por último, un análisis del enfoque dado por Inditex a la responsabilidad social corporativa.

El tercero de los capítulos, “El código de conducta de Inditex”, surge como especificación del último de los subapartados del capítulo precedente. Es decir, se estudia en profundidad dentro de la articulación de la responsabilidad social corporativa de Inditex, el contenido de los códigos de conducta de los que dispone la empresa.

El capítulo cuarto recoge un estudio detallado de la implementación de los códigos de conducta de Inditex desde su aprobación en 2012. Concretamente, se estudian las Memorias Anuales de los ejercicios 2012, 2014 y 2016, a la vez que se investiga sobre la existencia de posibles escándalos en relación con el incumplimiento de su código ético.

“Las propuestas de actualización del código de conducta de Inditex” conforma el último de los capítulos, mediante el cual se va a proceder a concluir el estudio y a dar respuesta expresamente a la pregunta de investigación.

Finalmente, encontraremos las conclusiones de todo el trabajo, haciendo un recorrido por todos y cada uno de los capítulos, para después llegar a la bibliografía y a los anexos. En la bibliografía se recogen de manera alfabética todas las fuentes de información consultadas para la redacción del presente documento.

CAPÍTULO I: LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA

A. ¿QUÉ ES UN CÓDIGO DE CONDUCTA?

i. Concepto

El primer paso que debemos de dar para abordar este estudio de caso es conocer los instrumentos con los que vamos a trabajar: los códigos de conducta.

Partimos de la base de que la regulación externa de las conductas empresariales, como la ley o la opinión pública, no cubre todos los aspectos importantes de la actuación empresarial, y, más aún, habitualmente llega con retraso y resulta poco operativa. Por ello, se hace necesario una autorregulación (Schwartz, 2001) sólidamente asentada en una cultura ética compartida dentro de la organización. Las empresas actuales utilizan instrumentos variados para intentar crear una cultura ética basados en el diálogo entre los miembros de la organización, como pueden ser seminarios de formación ética, auditoría ética o los comités de ética. Pero sin duda, son los códigos de empresa el recurso más popular de la institucionalización de la ética en la cultura organizacional predominante en España. (Camacho, Fernández, González & Miralles, 2013).

El término “código de conducta”, “código ético” o “código de empresa” se refiere a aquel documento que sirve como herramienta de gestión, a través de la cual el máximo órgano de gobierno comunica a los miembros de una empresa el comportamiento que de ellos se espera en sus relaciones con los distintos grupos de interés, también conocidos por su nombre en inglés *stakeholders*. Este instrumento supone una concreción respecto de la declaración de valores, principios y creencias, el cual permite guiar las actuaciones de los integrantes de una empresa, concretamente los directivos, y, de este modo, descentralizar la toma de decisiones de la misma (Olcese, 2009). Por tanto, estamos ante una herramienta de RSC utilizada por las compañías para comunicar y fijar una serie de prácticas de negocio responsables, así como una cultura organizacional (Erwin, 2011).

Vemos entonces, que se tratan de elementos de comunicación con un doble enfoque. Por un lado, un sistema de comunicación dentro de la propia empresa, por servir para que la dirección comunique al personal la cultura de la organización. Por otro lado, encontramos una manifestación ante la sociedad de los valores, principios y creencias a los que la

empresa va a someter su funcionamiento (Longinos Marín, Arcas Lario, Martínez León, Olmedo Cifuentes, 2012).

Los elementos más importantes de esta definición los iremos desgranando y concretando a lo largo del presente estudio, pues son numerosos los matices que estos documentos poseen y, además, varían en función de la empresa de la que se trate.

ii. Importancia

Hemos señalado previamente que los códigos éticos aseguran un gobierno corporativo efectivo, pero ¿cuál es su función realmente? Podríamos señalar tres utilidades del mismo. En primer lugar, muestran la forma de operar de la empresa, en los niveles interno y externo; función ya mencionada en el apartado precedente. Además, reflejan cómo la compañía asume sus valores principales. Por último, enseñan la forma de relacionarse con los *stakeholders* (IFAC, 2007). El hecho de que se conozca esta información aporta seguridad básicamente, lo que progresivamente puede, como ahora estudiaremos, mejorar el desempeño de la empresa.

Un creciente número de estudios (Olcese, 2011) ha tratado descubrir la relación que existe entre la responsabilidad social de la empresa y el desempeño de las empresas en el plano financiero. Aclarar que la responsabilidad social de la empresa o RSE, según la define la Comisión Europea, es “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión Europea, 2001, p.7). Pues bien, tres son las hipótesis barajadas en función del signo de la relación entre ambas variables: positiva, negativa y neutral. La neutral implica que entre ambas variables no hay relación significativa, debido a la existencia de otras variables que hacen que no podamos concluir una relación clara entre las dos principales. La relación negativa nos lleva a conclusiones como la concepción, que ya Milton Friedman defendía, de que la maximización de los beneficios de los accionistas es la única responsabilidad que debe asumir la empresa. La última de las relaciones, la positiva, es la más concluida en los estudios llevados a cabo por la Real Academia de las Ciencias Económicas y Financieras, concretamente un 61% de los mismos. Esta popularidad es la que nos lleva a analizar, dentro de la correlación positiva entre variables, las distintas secuencias causales, las cuales se resumen en la tabla siguiente (Olcese, 2011):

Secuencia causal	Relación positiva
$RSE \Rightarrow \text{Desempeño financiero}$	Hipótesis del impacto social
$\text{Desempeño financiero} \Leftarrow RSE$	Hipótesis de la disponibilidad de fondos
$RSE \Leftrightarrow \text{Desempeño financiero}$	Sinergia positiva

Tabla de creación propia basada en la información de Olcese, 2011.

Puede ser que sea la RSE la que influya positivamente en el *performance* financiero, defendiendo que las empresas que son socialmente responsables, mejoran su reputación y por tanto su desempeño financiero. En el sentido contrario, hipótesis de disponibilidad de fondos, se propone que son los buenos resultados financieros los que te permiten invertir en actividades de RSE. Por último está la hipótesis de sinergia positiva, que explica que se crea entre las dos variables una relación por la cual la adecuada gestión de una empresa de cara a sus *stakeholders*, generará más fondos para invertir en actividades de RSE, creando un “círculo virtuoso” (Olcese, 2011).

Otro dato revelador de la importancia de la tenencia de un código ético en la empresa la aporta el estudio llevado a cabo por la *Sustainability Asset Management* para el Índice Dow Jones de Sostenibilidad mundial: todas las empresas *líderes* tienen un código ético a nivel mundial y sólo el 16% de las *grandes* empresas globales carecían de uno. En España los porcentajes anteriores se reducen, con un 89% y un 20%, respectivamente (Olcese, 2009).

Por tanto, podemos decir que existen pruebas empíricas de que la responsabilidad social de la empresa (RSE) tiene un impacto positivo en el desempeño de la empresa, concretamente en el desempeño financiero, lo que convierte a la RSE, y al código de conducta por consiguiente, en una pieza clave dentro de una organización.

iii. Destinatarios: stakeholders

En este apartado no es conveniente detenerse en exceso, porque varía en función del caso concreto. Así, analizaremos en profundidad el caso de Inditex en el Capítulo II al estudiar su código de conducta.

Sin embargo, lo que sí debemos tener en cuenta es que los destinatarios de estos instrumentos son los grupos de interés o *stakeholders*, si bien es cierto que serán distintos en función de la empresa de la que se trate. Es oportuno definir aquí el término de stakeholder, para lo cual vamos a plasmar la concepción que el profesor Freeman defendió (Freeman, 1984, p.25):

“Cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación. Stakeholders incluye a empleados, clientes, proveedores, accionistas, bancos, ambientalistas, gobierno u otros grupos que puedan ayudar o dañar a la corporación”.

iv. Contenido

Previamente comentamos que los destinatarios de un código de conducta variaban en función de las necesidades de la empresa que lo desarrollaba, algo que se va a repetir también en lo relativo a los contenidos de dicho instrumento. Sin embargo, últimamente, y de forma paralela al incremento en la implantación de estos códigos, se ha observado un aumento en la variedad de temas que tratan. Esta tendencia a la autorregulación se fundamenta en la dificultad de que sea el Estado el que regule exhaustivamente estos aspectos en cada una de las empresas del país, el rechazo del liberalismo a tal regulación, y la falta de identidad de una empresa con un Estado por el crecimiento de las empresas multinacionales (Bondy, Matten & Moon, 2007).

Son numerosos los análisis llevados a cabo en esta materia, tomando diferentes muestras, pero a efectos de este trabajo consideramos adecuado incluir los resultados de un estudio (Ayuso y Garolera, 2012) cuya muestra seleccionada represente el panorama actual de la empresa española. De este modo se incluyen, tanto empresas grandes cotizadas (33%), como grandes no cotizadas (31%) y empresas micro, pequeñas y medianas (36%), sumando un total de 58 códigos éticos analizados. Siguiendo un estudio a nivel mundial, se distinguen tres tipos de códigos de conducta en función de su enfoque: declaración de valores, descripción de responsabilidades con *stakeholders* y normas de conducta para empleados. Esto, más que tipos de códigos, se trata de elementos integrantes de los códigos, los cuales pasaremos a analizar a continuación:

- Los valores y principios constituyen guías de la conducta interna de consejeros, directivos y empleados y de la relación de la empresa con sus *stakeholders*. Los principios más mencionados son, en este orden, responsabilidad, respeto, transparencia, trabajo en equipo, creatividad, integridad, igualdad, confidencialidad y profesionalidad. Vemos así, una mayor importancia de valores de carácter ético que de carácter estratégico.

- El segundo contenido fundamental de los códigos se refiere a la responsabilidad que la empresa considera necesario asumir en su relación con sus grupos de interés. Son, sin duda, los empleados los *stakeholders* con más relevancia en los códigos. A estos les siguen los clientes, el medio ambiente, los proveedores y distribuidores, la sociedad, los accionistas y la competencia. Dentro de cada categoría, encontramos responsabilidades descritas para cada grupo de interés. Son las empresas grandes cotizadas las que más énfasis ponen en temas de cumplimiento de la legalidad, discriminación, y seguridad y salud laboral. Sin embargo, vemos que los temas más tratados están influidos por el sector en el que la empresa desempeña su principal actividad. De este modo, las empresas de utilidades y telecomunicaciones, como Inditex, incluyen la prevención, preservación y restauración del medio ambiente como grupo de gran interés.
- En último lugar tenemos la categoría general de la conducta de los empleados. Se refiere a la relación de los empleados entre sí y al tratamiento de los activos de la empresa, es decir, se refiere a la conducta de este grupo de interés como contraria a la de la empresa (Kaptein, 2004). Destacar que en las grandes empresas españolas es más frecuente que en las empresas más pequeñas, incluir asuntos como la aceptación de regalos, sobornos, corrupción, conflictos de interés y confidencialidad.

De este estudio se extraen conclusiones reveladoras. Las empresas españolas siguen el enfoque característico de las empresas europeas, haciendo más hincapié en la responsabilidad derivada de la relación con los *stakeholders*. Sin embargo, se nota que las grandes empresas plantean su código de forma más cercana al estilo estadounidense, en el cual se establece la conducta que es deseable llevar a cabo por los empleados (Ayuso y Garolera, 2012).

Por tanto, a pesar de que el contenido de un código ético varía en función del sector de que se trate, un código completo debe desarrollarse en varios estratos. Comienza con la misión, visión y valores de la empresa, también conocido este grupo como credo corporativo. A esto le sigue el enunciado de responsabilidades asumidas para los distintos *stakeholders*, para después concretar algunas normas y/o reglas. (Camacho, Fernández, González & Miralles, 2013).

B. REGULACIÓN LEGAL EN ESPAÑA

Hasta el año 2010, la existencia de códigos éticos en las empresas españolas se limitaba normalmente a empresas pertenecientes a sectores regulados, las cuales debían cumplir con el Código de Buen Gobierno Corporativo y ciertos reglamentos internos de mercados de valores (Regojo Balboa, 2017). Sin embargo, no es sino con la introducción de la responsabilidad penal de las personas jurídicas en la reforma del Código Penal en 2010¹ cuando se han comenzado a aprobar masivamente estos códigos. Avanzando cinco años en el tiempo, nos topamos con la reforma del Código Penal de 2015², por la cual se establecen nuevos requisitos para quedar exenta la compañía de responsabilidad penal en caso de que algún miembro de la empresa cometa un delito. Ha sido fundamental aquí la adopción de medidas para prevenir y controlar estos comportamientos dentro de las empresas, impidiendo así las eventuales sanciones penales. Vemos, por tanto, una relación estrecha entre los códigos y las normas legales, ya que aquéllos recogen las exigencias legales de las personas jurídicas. Lo que no es obligatorio a nivel legal es la presencia de un código de conducta como instrumento de la responsabilidad social de la empresa.

Mención aparte merece el Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas en España. Este Código se aprobó en 2015 con el fin de asegurar el correcto funcionamiento de los órganos de gobierno y administración de las empresas españolas para conseguir maximizar su competitividad, generar confianza y transparencia para los accionistas e inversores mejorar el control interno y la responsabilidad corporativa, y de asegurar la correcta distribución de funciones, deberes y responsabilidades. La característica principal de este código es su voluntariedad, eso sí, con sujeción al principio de “cumplir o explicar”. El Código contiene recomendaciones cuyo incumplimiento debe ser explicado en el informe anual de las empresas cotizadas, siendo los *stakeholders* los encargados de juzgar si esta inobservancia está o no justificada. (CNMV, 2015).

¹ Ley Orgánica 5/2010, de 22 de junio, por la que se modifica la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal (BOE de 23 de junio de 2010).

² Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo, por la que se modifica la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal (BOE de 31 de marzo de 2015).

C. GESTIÓN DE LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA

i. Elaboración, aprobación y revisión

Es el máximo órgano de gobierno de la empresa el encargado de elaborar el código, el cual, en las sociedades de capital, puede adoptar la forma de administrador único, administradores mancomunados o solidarios, o consejo de administración cuando se trata de dos o más personas. Lo habitual es que se cree un grupo de trabajo en el seno de este órgano que redacte el documento, normalmente bajo la supervisión de directores y asesoramiento de terceras partes. También se cuenta a veces con la participación de grupos de interés, tanto externos como internos, de forma que puedan aportar sus opiniones y preocupaciones, valoren su comprensión del texto y formen parte de una más rápida implantación del documento. Lo más común es que sean los empleados los *stakeholders* elegidos para participar, ya que son los receptores más habituales del mismo. Sin embargo, únicamente alrededor de una cuarta parte de las empresas líderes apoyan esta participación. Una vez constituido el comité de gestión del código, se establece un calendario de actividades para su desarrollo, revisión y consenso sobre el documento definitivo. También se tratarán las vías para su difusión e implantación (Camacho, Fernández, González & Miralles, 2013). Nótese que el mismo órgano designado para la elaboración del código, suele serlo también para la revisión futura del mismo, estableciéndose normalmente en la elaboración del código un plazo para su revisión (Olcese, 2009). La esencia de la empresa perdurará en el tiempo, pero el contexto es mutable. Si a estos cambios le sumamos las recomendaciones que aporta la experiencia, vemos que la revisión del código se convierte en una tarea necesaria. Lo importante aquí es conseguir un equilibrio entre la estabilidad que se requiere, por ser una referencia para una amplia variedad de personas, y un dinamismo que asegure la vigencia según cambie el contexto (Camacho, Fernández, González & Miralles, 2013).

Cabe recordar aquí que todo lo anterior es variable y dependerá de los recursos disponibles de la empresa, de sus necesidades, de su forma de organización, etc., por lo que cada empresa elaborará el código según le resulte más adecuado.

ii. Difusión e implantación

Una vez ha sido elaborado el código, las empresas tienen que ser conscientes de que la cultura no varía con la sola promulgación de normas, sino que se transforma desde abajo. Por este motivo, se requiere de la participación de toda la empresa para que el código tenga un impacto real sobre la calidad ética de la organización. De este modo, hay que asegurar que los empleados y directivos acepten el compromiso de guiar su conducta por las normas contenidas en el código. Una de las formas más empleadas para ello, es pedir a los empleados nuevos que lean y firmen el documento. Otra opción es la de realizar un seminario donde se detallen las implicaciones prácticas del mismo (Camacho, Fernández, González & Miralles, 2013).

La institución debe también poner el documento a disposición de *stakeholders* externos. Lo habitual hoy en día, tal y como hemos podido observar en el proceso previo a la redacción de este estudio, es difundirlo a través de internet, concretamente colgarlo en la página web de la empresa, asegurando que se tenga fácil acceso al mismo y demostrando su compromiso ético.

Los mecanismos más usados por las empresas para difundir el código pueden dividirse en los siguientes tipos: programas de comunicación y sensibilización, integración en los sistemas de recursos humanos, y departamentos de ayuda para solucionar cuestiones relacionadas con estos códigos. Dentro de la última categoría, podríamos mencionar líneas telefónicas o electrónicas de ayuda o sistemas confidenciales de quejas o denuncias. (Olcese, 2009).

iii. Control

Es habitual que sean los encargados de cada división de la empresa los que aseguren el cumplimiento del código. En otras ocasiones se nombra un comité corporativo de cumplimiento. En cualquier caso, se suelen designar diferentes miembros de la organización que deban rendir cuentas ante el órgano de administración o similar periódicamente, al menos una vez al año. Una gran parte de las empresas vinculan el rendimiento de cada trabajador al cumplimiento del código. Es común, también, el empleo de encuestas regulares a los empleados para medir la asunción de las normas contenidas en dicho instrumento ético. Recientemente, se han desarrollado nuevas

prácticas de control como las auditorías de Conducta y Ética. (Olcese, 2009). La auditoría ética es un instrumento de la gestión ética que consiste en la evaluación, interna o externa, detallada de cada área funcional de la empresa en relación con los distintos *stakeholders*. (Camacho, Fernández, González & Miralles, 2013). La implantación de un sistema de sanciones en caso de incumplimiento del código es una práctica corriente en la realidad de muchas empresas, que viene recogida ya en el propio documento para aportar seguridad jurídica a los receptores del mismo.

Hemos tratado aquí de mencionar alguna de las prácticas de control más frecuentes en las empresas, obtenidas tanto de la literatura como de la experiencia personal, existiendo otros sistemas perfectamente válidos, pero que se escapan del alcance de este apartado.

CAPÍTULO II: INDITEX

A. PRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Inditex (Inditex, 2016), acrónimo de Industria de Diseño Textil, es un grupo dedicado a la distribución de moda en el mundo, compuesto por ocho marcas: Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe. De hecho es una de las mayores multinacionales de moda, presente en 94 mercados con 7.504 tiendas repartidas en ellos. Su idea de negocio se basa en la concentración en una misma compañía de lo que consideran los cuatro elementos esenciales en la creación de moda: el diseño, la fabricación, la logística, y la venta.

Su origen se remonta a 1963, cuando el emprendedor Amancio Ortega decide fundar la compañía, iniciando su actividad en un taller de fabricación de ropa femenina. En tan sólo 20 años la compañía se ha expandido internacionalmente con su buque insignia: Zara. Ese fue el comienzo de una serie de lanzamientos del resto de marcas, combinando tiendas físicas y online. Desde 2001, la compañía cotiza en índices bursátiles fundamentales como son el Ibex 35, FTSE Eurotop 100 y Eurostoxx 600.

En lo que a proveedores se refiere, la compañía trabaja con 1.805 y cuenta con 6.959 fábricas por todo el mundo, situándose el 59% próximas a la sede central en Arteixo (A Coruña, España). El número de empleados actual asciende a 162.450. Vamos a recoger en una tabla los principales indicadores financieros relativos al ejercicio 2016 de la compañía, para hacernos una idea de las dimensiones de la misma.

	Cifras 2016³
<i>Ventas netas</i>	23.311
<i>Margen sobre ventas</i>	57%
<i>EBITDA</i>	5.083
<i>Beneficio neto</i>	3.157

Tabla de creación propia con cifras obtenidas de Inditex, 2016

³ Cifras en millones de euros

B. ¿POR QUÉ INDITEX DENTRO DE LAS EMPRESAS DEL IBEX 35?

El Ibex 35 es el índice bursátil principal de la bolsa española, elaborado por el operador de mercados de valores y sistemas financieros español BME. Las 35 empresas que de él forman parte son las que elegidas por el Comité Asesor Técnico, en función de su liquidez en la cotización. (Gedesco, 2012). Las empresas cotizadas podrían dividirse en seis grandes categorías: petróleo y energía; materiales básicos, industria y construcción; bienes de consumo; servicios de consumo; servicios financieros e inmobiliarios; y tecnología y comunicación. Inditex parece adecuado encuadrarlo en el sector de bienes de consumo, concretamente en el subsector de “textil, vestido y calzado”. Dentro del Ibex 35, sólo Viscofán acompaña a Inditex dentro del sector de bienes de consumo (Bolsa de Madrid, 2018). Este es uno de los motivos, como más adelante explicaré, por el cual he elegido esta compañía.

La elección de Inditex como compañía para realizar este estudio de caso se debe a diferentes motivos.

El criterio más importante que ha guiado mi decisión es la presencia de un código de conducta en la compañía. Esta pauta no nos ha permitido depurar la lista de empresas del Ibex 35, ya que todas ellas cuentan con un código de conducta al ser empresas cotizadas, líderes en sus sectores. Lo que sí ha sido determinante es el tipo de código que presentan estas compañías. Después de analizar los diferentes códigos, hemos considerado el de Inditex como uno de los más completos y con más variedad de temas y grupos de interés. La enorme presencia internacional de esta empresa también ha sido definitiva a la hora de seleccionarla como protagonista del presente estudio de caso, ya que esto amplía sus posibles impactos en la sociedad.

El último criterio de selección, y no por ello el menos importante, es el interés que despierta el sector textil en el ámbito de la responsabilidad social corporativa (Arribas et al., 2016), ya que su actividad afecta directamente a una gran variedad de grupos de interés. Esto implica, como veremos más avanzado el estudio, la existencia de ciertas controversias, destacando algunas como el las condiciones laborales, el plagio o la evasión fiscal.

C. ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE INDITEX

Para proceder al análisis de la RSE en Inditex, creemos conveniente exponer algunos fragmentos de la Memoria Anual de 2016 (Inditex, 2016) de la compañía, que serán esclarecedores a la hora de explicar la ética de la empresa.

*“Los más de 162.000 empleados de Inditex en el mundo nunca perdemos de vista al **cliente** y trabajamos para crear valor más allá del **beneficio**, siempre con la mirada puesta en los **efectos que nuestra actividad genera en las personas y el medio ambiente**. Por eso la filosofía que explica y resume nuestro modelo de negocio sostenible se ilustra con el concepto **Right to Wear**.*

*Right to Wear es la filosofía que ilustra la **sostenibilidad** de nuestro modelo de negocio y el modo en que concebimos nuestra actividad: nos apasiona crear moda, nos motiva satisfacer a nuestros clientes y, al mismo tiempo, buscamos que los efectos que generamos en nuestros distintos ámbitos de actuación sean positivos para nuestros **grupos de interés**. Por eso, pensamos y actuamos de manera **responsable** en todo cuanto estamos involucrados. Queremos crear productos atractivos, éticos y de calidad que sean justos (**Right**) para nuestros clientes, para nuestros empleados, para nuestros proveedores, para las comunidades en las que operamos y para el entorno.*

*Todos nuestros empleados, fabricantes, proveedores o terceros con relación directa pueden comunicar a nuestro **Comité de Ética** cualquier incumplimiento que detecten de nuestro **Código de Conducta y Prácticas Responsables** o de nuestro **Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores**, siempre que afecte a Inditex y haya sido cometido por otros empleados, fabricantes, proveedores o terceros con relación directa. Asimismo, aseguramos que todos nuestros empleados y los terceros con los que mantienen relaciones de negocio cumplen con nuestras Políticas de Integridad.*

*Tomamos como propios los 17 **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** que Naciones Unidas se ha marcado de cara a 2030 para poner fin a la pobreza, reducir la desigualdad y luchar contra el cambio climático, entre otros. Tenemos en cuenta nuestro modelo de negocio, nuestro sector y el contexto para maximizar nuestro impacto en los ODS. Estos principios guían las decisiones y procesos del grupo. Y nos sometemos al **escrutinio de los índices de referencia** (FTSE4 Good, Dow Jones Sustainability Index y Carbon Disclosure Project), que en los últimos años han reconocido nuestro liderazgo sectorial y nuestro compromiso con la sostenibilidad”.*

i. Concepto de ética: colectivo o individual

Podríamos clasificar cualquier empresa según su forma de definir la ética. Existen, por un lado, aquellas empresas que enfocan su propuesta ética en el compromiso con los clientes y en los mejores profesionales. Y otras que, como Inditex, que buscan un comportamiento ético en la firma y también en el entorno en el que operan. Este último enfoque se conoce como concepto colectivo de ética.

En la página web de Inditex, vemos un claro concepto de ética colectiva, ya que se preocupa no sólo por el “cliente y el beneficio, sino también por los efectos que su actividad genera en las personas y el medio ambiente”.

ii. Tipo de responsabilidad: stakeholder o shareholder

El enfoque *shareholder* era el defendido por autores neoclásicos como Milton Friedman, que consideraban que la maximización del beneficio de los accionistas o *shareholders* era el objetivo último de la empresa, si bien debían acatar las obligaciones legales y costumbres morales del lugar. En el caso de que se quisiesen llevar a cabo otras políticas adicionales, debían ser sufragadas por los directivos. Este enfoque queda hoy algo desfasado, ya que se ha pasado a considerar que la RSE no es algo filantrópico, sino que equilibra los intereses legítimos de la empresa, asegurando que todos los grupos de interés o *stakeholders* se beneficiarán a largo plazo de su actividad. En el corto plazo bien es cierto que pueden verse alterados los beneficios inmediatos de la sociedad por la inversión en RSE, pero esto sentará las bases de sostenibilidad futura (Camacho, Fernández, González & Miralles, 2013). Inditex aboga por la sostenibilidad en su modelo de negocio, satisfaciendo a los clientes y buscando efectos positivos en los *stakeholders*.

iii. Enfoque institucionalización: integridad o cumplimiento

La empresa a la hora de institucionalizar su ética puede enfocarla de dos formas complementarias. En primer lugar encontramos el enfoque de integridad o inspiracional, que se dirige a cada uno de los miembros de la empresa pidiéndole calidad técnica y calidad humana en el desempeño de sus actividades, concibiendo al sujeto como sujeto moral. Su poder surge de la fuerza interna que dirige a cada individuo hacia la integridad. El segundo de los enfoques se conoce como enfoque de cumplimiento, que consiste en un control de las conductas, a través de normas y sanciones de aquellas actuaciones

negativas para la empresa. Ninguno de los dos sistemas es perfecto, por lo que se requiere una combinación de ambos (Camacho, Fernández, González & Miralles, 2013). El modelo que sigue Inditex es una mezcla los dos enfoque, como veremos próximamente en el análisis del código de conducta del Capítulo III.

CAPÍTULO III: EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE INDITEX

A. PRESENTACIÓN

Fue en el año 2012 cuando el Consejo de Administración de Inditex aprobó el “Código de Conducta y Prácticas Responsables” (Inditex, 2012), en sustitución del “Código Interno de Conducta” y a la “Directriz Interna de Prácticas Responsables”. Asimismo, actualizó el “Código de Fabricantes y Talleres Externos”, dando paso al actual “Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores” (Inditex, 2012). Todo lo anterior, junto con la aprobación de un manual para prevenir riesgos laborales y un canal de denuncias, se llevó a cabo el mismo año para adaptar su gestión al entorno social y regulatorio (Inditex, 2012).

Al hablar de código de conducta dentro del Grupo Inditex, tenemos dos documentos, tal y como hemos señalado en el párrafo anterior. Esto no es casualidad, sino que se debe a una explicación lógica: la sensibilización de la compañía respecto de los problemas derivados del incumplimiento de dichas normas por algunos de sus proveedores y fabricantes. Así, al ser especialmente vulnerable en este punto, la compañía decide reforzar las normas en relación con este grupo de interés a través del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores (Inditex, 2016).

El Código de Conducta y Prácticas Responsables señala los criterios que deben regir las actuaciones del Inditex, con el objetivo de que la empresa y sus empleados desarrollen sus actividades en cualquier lugar del mundo comprometidos profesionalmente y éticamente.

Como ya se ha expuesto anteriormente, es especialmente delicado en la actividad de Inditex el asunto relativo a la protección de derechos humanos y al cumplimiento de la normativa laboral internacional. Esta es la razón por la que desde el año 2001 existe un compromiso de sostenibilidad y cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.

Además de la plasmación en los dos códigos éticos de la cultura corporativa, se necesitan mecanismos de implementación, que aseguren el cumplimiento de los contenidos de los textos. Esta tarea supone una dificultad mayor que la simple redacción de los códigos. Inditex ofrece la posibilidad a empleados, fabricantes, proveedores o terceros legítimamente interesados de denunciar los incumplimientos acarreados por otros *stakeholders*. La forma de hacer llegar dicha denuncia al Comité de Ética, en este caso concreto, es a través de un canal de denuncias.

B. CONTENIDO

El análisis de contenido de ambos códigos se llevará a cabo separadamente.

i. Código de Conducta y Prácticas Responsables.

1. Introducción

Se inicia el documento definiéndolo e introduciendo los contenidos que se tratarán en detalle a lo largo del mismo. También detalla los tres objetivos principales que se persiguen con la aprobación del documento: expandir la cultura de Inditex, establecer el principio de debida diligencia para acabar con conductas en disconformidad con dicha cultura, y tener en cuenta la posible responsabilidad penal en la que pueden incurrir las personas jurídicas en los distintos ordenamientos jurídicos.

2. Ámbito de aplicación

En lo que al ámbito de aplicación se refiere, Inditex aclara que el “Código de Conducta y Prácticas Responsables”, es vinculante para todas y cada una de las ocho sociedades que integran el Grupo Inditex y para todo el personal de las mismas. Se entienden comprendidas también aquellas personas relacionadas con Inditex cuando resulte adecuado por su relación con la empresa. El documento se hace llegar a los empleados que se incorporan en la compañía, entregándoles una copia, y a los Consejeros y Directivos se les hace comprometerse por escrito a cumplir el documento. Sólo existe

posibilidad de no cumplir el código si el Comité de Ética lo autorizase, informando para tal fin al Comité de Auditoría y Control.

3. Principios generales

Cinco son los principios que van a inspirar el código:

- Operaciones de la compañía llevadas a cabo de forma ética y responsable.
- Cumplimiento de las legislaciones de los Estados donde Inditex opera.
- Adopción por parte de los empleados de lo contenido en este documento.
- Aquellas personas que tengan algún tipo de relación con la empresa serán tratadas justa y dignamente.
- Respeto al medioambiente para favorecer la conservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos naturales.

A continuación, establece ciertos estándares en su relación con los principales grupos de interés, concretamente:

- Empleados: prohibición de trabajo de menores de 16 años, prohibición de discriminación de cualquier tipo y prohibición de acoso, abuso o intimidación. Establece expresamente los derechos de sindicación, asociación y negociación colectiva, y el derecho a un horario laboral que se ajuste a la legislación laboral correspondiente y a un salario de acuerdo con las tareas realizadas que se adecúe al correspondiente convenio
- Clientes: se compromete a ofrecer productos excelentes, de calidad y seguros, y elaborados de manera ética y responsable. También se compromete a ser clara y transparente en sus comunicaciones con los clientes.
- Accionistas: objetivo de viabilidad y maximización del beneficio a largo plazo, en virtud del interés común de todos los accionistas.
- Socios de negocio: cumplimiento de lo establecido en el código.
- Proveedores: distinción entre aquellos proveedores que fabrican los productos que Inditex comercializa, y el resto de proveedores. Los primeros están vinculados por el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores, que luego analizaremos, mientras que los segundos están vinculados por lo establecido en ambos códigos.
- Sociedad: compromiso de colaboración con las distintas comunidades.

4. Compromisos de conducta y prácticas responsables

Es este el grueso del código, en el cual se van detallando los compromisos y concretando los principios generales que veíamos en el apartado anterior. Inditex los divide en catorce puntos:

➤ Cumplimiento de la legislación aplicable y de la normativa interna

Este opera como presupuesto necesario del código y se dirige a los empleados, los cuales deben aplicar también cualesquiera otros códigos de conducta locales, pero eso sí, prevaleciendo el código de Inditex sobre los mismos. Inditex controla el cumplimiento por parte de los empleados tanto de la normativa interna, como externa. Además, se ponen a disposición de los empleados medios para que conozcan y comprendan esta normativa, junto con un procedimiento de consulta y notificación confidencial para denunciar cualquier incumplimiento.

➤ Cumplimiento de acuerdos y convenios

La empresa toma los acuerdos y convenios a los que se ha adherido como parte de su normativa interna, promocionándolos y cumpliéndolos. Los mismos se recogen de manera actualizada en el Anexo I del código encontrando encontrando, a modo de ejemplo, “The United Nations Global Compact⁴” o el “Textile Exchange⁵”.

➤ Relaciones con empleados

Considerando a las personas como factor clave empresarial, Inditex promueve el cumplimiento de derechos humanos, normas laborales, normas de salud y seguridad, y el respeto, dignidad y justicia en las relaciones laborales entre empleados. Curiosamente, se recoge una prohibición expresa de consumo de sustancias entre los empleados cuando éstas afecten al cumplimiento de las obligaciones profesionales.

⁴ Es la mayor iniciativa a nivel mundial de Naciones Unidas de sostenibilidad corporativa, que llama a las empresas a promover el diálogo social entre las mismas y la sociedad civil. Los temas en los que se centra principalmente son: el medioambiente, la sociedad, el gobierno corporativo, el desarrollo sostenible, los mercados financieros y la cadena de suministro (<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/our-work/>).

⁵ Textile Exchange es una organización sin ánimo de lucro que trabaja cerca de sus miembros para transformar la industria textil, buscando la promoción de cultivo de algodón orgánico y de sostenibilidad en el sector (<http://textileexchange.org>).

➤ Relaciones con clientes

La protección a los proveedores se basa en cuatro claves. La primera de ellas es la consideración, respeto y dignidad en el trato con este grupo de interés. Después encontramos la fijación de estándares obligatorios para los proveedores en lo que a la salud y seguridad de los productos se refiere, evitando así riesgos para los clientes. En tercer lugar, encontramos una mención a la promoción objetiva de los productos que la empresa comercializa, y a la no fijación de estereotipos alejados de la realidad de la población. Por último, se prevé la seguridad de los medios de pago como obligación del personal.

➤ Prácticas en el mercado

La forma de competir en el mercado de Inditex se basa en su lealtad. Por este motivo, se defiende una búsqueda de información en el mercado por parte de los empleados que no infrinja las normas que protegen tal información, concretando el caso de la protección del secreto de empresa de otras compañías competidoras cuando se incorporan empleados de las mismas a la plantilla de Inditex. Además, se insta a los empleados a evitar la difusión de información falsa sobre los competidores. También, se les requiere prestar especial cuidado a los pagos recibidos que no procedan de venta en tienda, o que no se prevean en contratos, los pagos en efectivo, y los procedentes de paraísos fiscales.

➤ Relaciones con proveedores

Se defiende una relación con estos *stakeholders* lícita, ética y responsable. Éstos a su vez deberán comprometerse al cumplimiento de los derechos humanos y laborales con sus empleados. En relación a las compras a los proveedores, estas deberán ser justificables, comprobables y verificables.

En último lugar, en este apartado se explica el tratamiento de los regalos y/o favores, concedidos o recibidos por los empleados de Inditex. Estas dádivas no deben influir en la toma de decisiones de los empleados, estableciéndose un límite absoluto de 100 euros de valor de estos obsequios, los cuales nunca comprenderán dinero en efectivo. En caso de incumplimiento, el regalo será devuelto a su dueño, y, de ser esto inviable, el Departamento de RSC, lo destinará a fines sociales.

➤ Relaciones con autoridades y funcionarios

Al igual que ocurría con los proveedores, se defiende una relación lícita, ética y responsable, que además se alinee con las normas internacionales de prevención de la corrupción y soborno. Para evitarlo, los empleados que traten con la administración, además de estar autorizados específicamente para ello, tienen que documentar las decisiones tomadas. En materia de regalos y favores, se prohíben estos, a excepción de los de escaso valor y proporcionados, en función de las prácticas habituales locales. Lo que está terminante prohibido es pagos para agilizar los trámites con las autoridades.

Las ventajas en materia fiscal que sean indebidas deben ser evitadas, al igual que el uso indebido de las ayudas recibidas de las administraciones públicas.

A todo lo dispuesto, hay que añadir las restricciones al comercio internacional de cada país.

➤ Conflictos de interés

Los empleados deberán abstenerse de intervenir en aquellas situaciones en las que tengan un interés personal. Tampoco prestarán servicios de consultoría o asesoría a otra compañía, salvo que Inditex lo solicite o el Comité de Ética lo autorice. Al margen de lo anterior, la empresa deja claro que respeta la vida privada de los empleados y exhorta a los empleados a comunicar al Comité de Ética aquellos conflictos de interés que puedan surgir para que puedan adoptar las medidas oportunas.

➤ Ejercicio de otras actividades

Se permite que los empleados lleven a cabo actividades profesionales ajenas a las de Inditex cuando no disminuyan su eficacia en la compañía, o cuando el Comité de Ética lo autorice aun afectando a la jornada de la compañía. Los mismos requisitos operan en lo que a las actividades políticas realizadas por los empleados de Inditex se refiere.

Se prohíbe la interferencia política de la compañía, aunque se permite que se contribuya a instituciones públicas cumpliendo la legislación, previo informe de la Asesoría Jurídica de Inditex.

➤ Uso de bienes y servicios de la compañía

La eficiencia es el criterio rector en el uso de bienes y servicios de la compañía, no pudiendo los empleados usar fondos de la compañía para fines no profesionales, ni descargar contenidos de uso ilegal en los equipos de Inditex. Se prevé un sistema de

control para garantizar que esto se cumple, pudiendo someter a revisión los sistemas y equipos de información de la empresa.

➤ Confidencialidad de la información y protección de datos personales

Los empleados deben proteger la información, lo cual implica acciones tales como no utilizarla en su propio beneficio, no concederla a terceros o no utilizar la obtenida de una tercera compañía. Toda la información, salvo que se indique lo contrario, tiene carácter confidencial. La obligación de confidencialidad se extiende una vez concluida su actividad en Inditex.

En lo que a la protección de datos se refiere, los empleados deben respetar la intimidad de las personas cuyos datos manejan, deben pedir consentimiento cuando así se requiera para utilizar los datos, ciñéndose a la finalidad concretada, y seguir los procedimientos internos a este respecto.

En caso de que surja algún problema relacionado con la confidencialidad o con la protección de datos, se debe comunicar al departamento que corresponda.

➤ Protección de la propiedad intelectual e industrial

La compañía se hace responsable de que sus diseños sean originales, y asegurará lo mismo de los dispuestos por los proveedores. Se prohíbe al personal la utilización de obras de terceros de las que no se tenga constancia de que se tiene alguna licencia o derecho sobre las mismas. En lo referente al trabajo desarrollado por los empleados, se considerará propiedad de Inditex.

➤ Registro de operaciones

Aquellas operaciones con trascendencia económica se deben plasmar en los registros contables, de acuerdo con el principio de imagen fiel, claridad, precisión, rigor e integridad. Además, Inditex implantará un sistema de control interno sobre la elaboración de información financiera, instruyendo a los empleados para que comprendan y cumplan estos sistemas.

➤ Compromiso social y medioambiental

Este apartado aboga por el compromiso social y medioambiental en el desarrollo de todas las actividades de la empresa y en beneficio de todos los grupos de interés.

El compromiso con la sociedad se implementa a través de actividades de acción social aprobadas por la Comisión de Patrocinio y Mecenazgo, a través de la propia empresa o de organizaciones sociales externas.

En lo que al medioambiente se refiere, Inditex se compromete a minimizar su impacto a lo largo de todo el ciclo de vida y producción de los productos.

5. Cumplimiento del código y Comité de Ética

El Comité de Ética se erige responsable del cumplimiento del código, el cual depende del Consejo de Administración a través del Comité de Auditoría y Control. Su actuación puede ser por iniciativa propia o por instancia de *stakeholders* mediante denuncia. Sus funciones se pueden resumir en las siguientes: supervisión del cumplimiento y difusión del código, recepción de escritos relacionados con la aplicación del documento, interpretación del mismo, informe anual y aclaraciones al Consejo de Administración, y supervisión de Canal de Denuncias.

6. Publicidad del código

Se hace llegar a los empleados una copia de código, a todos los *stakeholders* a través de la página web de la compañía, y a ciertos grupos a través de acciones de comunicación, sensibilización y formación.

ii. Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores Grupo Inditex

En este código se prescriben aquellos estándares de comportamiento ético y responsable que deben ser cumplidos por los fabricantes y proveedores de Inditex, siempre partiendo de la idea de respeto de derechos humanos y laborales.

Los principios generales, que serán completados con algunos más concretos a lo largo del documento, pueden resumirse en cuatro. El primero de ellos, es la actuación ética y responsable. A esto se le suma, el compromiso de un trato justo y respetuoso con todo el que se relaciones con la empresa. Además, encontramos el respeto al medioambiente. Por

último, se establece la obligatoriedad de adhesión al contenido de este código por parte de los centros de producción ajenos a la propiedad de Inditex.

Pasamos ahora a analizar los catorce principios sobre los cuales debe articularse la conducta de los fabricantes y proveedores.

➤ Prohibición de trabajo forzado

Concreta tal prohibición, negando la posibilidad de que se exija a los trabajadores una retención de documentación y obligando a reconocer el derecho de los trabajadores de abandonar la empresa.

➤ Prohibición de trabajo infantil

Considera un menor a los que tengan menos de 16 años, a no ser que la legislación local especifique una edad superior. Los que tengan entre 16 y 18 años se les considera trabajadores juveniles, prohibiéndoseles los turnos de noche y las actividades peligrosas.

➤ Prohibición de discriminación

Se prohíbe cualquier tipo de discriminación y en cualquier actividad que tenga que ver los empleados.

➤ Respeto a la libertad de asociación y negociación colectiva

Esto implica no tomar represalias a aquellos que ejerciten estos de derechos y no ofrecerles remuneración para entorpecer tal ejercicio. Tampoco se debe discriminar a los representantes de los trabajadores. Estas prohibiciones deben ser matizadas en función de lo estipulado por las leyes.

➤ Prohibición de abuso o trato inhumano

El trato que reciban los empleados debe ser digno y respetuoso, prohibiendo cualquier tipo de abuso, acoso, trato inhumano e intimidación.

➤ Seguridad e higiene en el trabajo

Se deben de garantizar unas condiciones mínimas de luz, ventilación, higiene, protección contra el fuego, medidas de seguridad y acceso a agua potable. También deben tener acceso a unos aseos limpios, con agua potable. Se garantiza que, en caso de proveer de

dormitorios, estos estén limpios y sean seguros. También se debe minimizar el riesgo de accidentes. La formación de los trabajadores y la designación de un responsable de estos asuntos, son las medidas básicas previstas en el código.

➤ Horas de trabajo no excesivas

La regla general es la imposibilidad de exigir a los trabajadores una jornada de más de 48 horas por semana y la imposibilidad de negar un día libre por cada siete naturales. Las horas extra, además de ser voluntarias, deben de ser inferior en número a 12 horas a la semana y deben ser remuneradas con una cantidad mayor que con la que se remunera la hora normal. Todo lo anterior sin perjuicio de lo establecido en las leyes y convenios, que se aplica de ser más beneficioso para el trabajador.

➤ Trabajo regular

Compromiso con la legislación local aplicable en materia laboral. A lo largo del código se hace especial mención a los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo.

➤ Trazabilidad de la producción

La producción de los fabricantes y proveedores no puede ser derivada a terceros sin que Inditex lo autorice, con la sanción en caso de incumplimiento de que dichos terceros queden vinculados por lo recogido en este código.

➤ Salud y seguridad del producto

Se tiene que atender a lo establecido en los estándares de Salud y Seguridad.

➤ Compromiso medioambiental

Hay que atender a lo recogido en la legislación local e internacional, además de a las medidas de reducción y compensación de Inditex del impacto generado por la compañía en el desarrollo de sus actividades.

➤ Confidencialidad de la información

Abarca toda aquella información que los proveedores y fabricantes reciben por su relación comercial con la empresa. Esta confidencialidad se mantiene una vez que concluye la relación con Inditex, siendo obligatoria la devolución de aquellos materiales en posesión de estos *stakeholders* que sean de la compañía.

➤ Implementación del código

Existen una serie de obligaciones para los proveedores y fabricantes: nombrar un representante de la Dirección para que se haga responsable del cumplimiento e implementación del código; difundir el documento a todos los involucrados en la cadena de producción; y exponer una copia del mismo en el idioma local en un lugar visible y público.

La implementación del código se materializa en cuatro obligaciones:

- Transparencia y sostenibilidad de la contratación, en lo que a la contabilidad, documentación y política de regalos se refiere.
- Referencia a la legislación nacional y a convenios y acuerdos, y aplicación de los mismos si resultan más favorables para el trabajador.
- Control y supervisión del cumplimiento por Inditex o terceros designados para tal tarea.
- Con respecto al Comité de Ética y Canal de Denuncias, se remite a lo establecido en el ya analizado Código de Conductas y Prácticas Responsables de Inditex.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA DESDE SU APROBACIÓN

El año 2012 supuso para Inditex un año de renovación en sus instrumentos éticos, concretamente, como mencionamos en el capítulo anterior, se lleva a cabo la aprobación por parte del Consejo de Administración de la compañía del “Código de Conducta y Prácticas Responsables”, en sustitución del “Código Interno de Conducta” y a la “Directriz Interna de Prácticas Responsables”. Asimismo, actualizó el “Código de Fabricantes y Talleres Externos”, dando paso al actual “Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores”.

Lo que estudiaremos en este capítulo es si realmente esta actualización de sus normas éticas ha supuesto un impacto real en el desempeño de la compañía o, si por el contrario, se trata de una renovación únicamente desde el punto de vista teórico. Para ello, vamos a tomar como base ambos códigos, y teniendo en mente las ideas en ellos contenidas, estudiaremos las Memorias Anuales de los ejercicios 2012, 2014 y 2016. La elección de estos tres ejercicios tiene una fundamentación. En primer lugar, seleccionamos los ejercicios transcurridos desde la aprobación del código, cuyas Memorias Anuales estén disponible, ergo nos quedamos con los años 2012 a 2016. De esta selección, tomaremos una muestra que nos permita analizar cambios significativos en las políticas éticas de la compañía. Para ello, consideramos que el transcurso de dos años es adecuado para tal fin. De este modo, elegimos los ejercicios 2012, 2014 y 2016, que se ajustan además a la extensión y profundidad que este trabajo de investigación requiere, y analizaremos los mismos siguiendo una estructura similar, para facilitar la comparativa interanual. Esto nos permite concluir sobre la evolución de ciertos indicadores, lo que, sin embargo, se ve obstaculizado por la heterogeneidad de forma y fondo de las Memorias de Inditex. Para que nuestro estudio no esté sesgado por analizar únicamente lo que la compañía muestra en sus Memorias, indagaremos también en la prensa la existencia, en su caso, de escándalos en lo que a responsabilidad social de la empresa se refiere.

A. EJERCICIO 2012

Ya en la Carta del Presidente, que inicia la Memoria (Inditex, 2012) se hace hincapié en el esfuerzo en el área de responsabilidad social, especialmente a la mejora de las condiciones de trabajo de la industria, suponiendo esto un objetivo constante y cambiante para la compañía.

Para ponernos en contexto, hay que señalar que en este ejercicio la compañía creció, con un consecuente aumento en la inversión y en la creación de empleo. Las ventas del grupo se incrementaron en un 27,3% con respecto al ejercicio 2010, alcanzando los 15.946 millones de euros. Durante el periodo se abrieron 482 tiendas, llegando a tener un total de 6.009 al cierre del ejercicio. En lo referente a la plantilla, ésta aumentó en 20.176 empleados, desde 2010, hasta alcanzar los 120.314. Nótese que estamos comparando los datos de 2012 con los de 2010, puesto que en los ejercicios 2014 y 2016 realizaremos una comparación con el último ejercicio analizado en este estudio y no con el inmediatamente anterior.

En este año se aprueban dos proyectos en relación con el compromiso con el medio ambiente. El primero de ellos es la publicación de la Estrategia Global de Gestión del Agua, estableciendo pautas para racionalizar la gestión de este recurso natural y para proteger la calidad de las cuencas hidrográficas en aquellos países donde está presente. El compromiso con el objetivo de “vertido cero” se fija durante este ejercicio para alcanzarlo en el año 2020, iniciando cooperación con distintos grupos de interés, como gobiernos locales o proveedores para tal fin.

El control por parte de la compañía de su cadena productiva se ha incrementado a través del aumento de auditorías totales⁶ en un 52% respecto del año anterior hasta alcanzar más de 3.500, y aumentando la supervisión de las condiciones de salud y seguridad de los productos que comercializa mediante un 79% más de supervisores externos que en 2011. Los datos aquí aportados suponen una comparativa con 2011 y no con 2010, debido a la heterogeneidad de las Memorias de Inditex y a la consecuente ausencia de los mismos en la Memoria de 2010. De este modo, cuando analicemos el año 2014, debemos extrapolar los porcentajes aquí presentes, multiplicándolos por dos. Así, consideramos un aumento

⁶ Existen cuatro tipos de auditorías de la cadena productiva: *pre-assessment* (evaluación de los potenciales proveedores), sociales (verificar el cumplimiento de Códigos y Planes), especiales (salud, seguridad y cumplimiento de los Planes) y de producción (verificación de la trazabilidad de la cadena).

de las auditorías totales de un 104% y un incremento de la supervisión de los productos en un 158%.

La actualización de los códigos de conducta ya estudiada supone un refuerzo en el compromiso de sus dos principales grupos de interés: proveedores y empleados.

Los accionistas también han sido beneficiados por el crecimiento de la compañía, recibiendo un dividendo de 1,803 euros por acción, y viendo las acciones incrementado su valor de sus acciones de un 54,7% desde comienzos de 2012 al cierre del ejercicio.

En lo que a la política de no discriminación de los empleados, y a la integración de los mismos, Inditex abre una tienda “*for&from*” Stradivarius en Manresa (Barcelona, España), es decir, una tienda en la que sus dependientes son personas con trastorno mental severo. Con esta nueva incorporación Inditex suma un total de seis tiendas de este estilo.

El modelo de negocio de la compañía busca la sostenibilidad en cuatro puntos clave. De las 6.009 tiendas de la empresa, más de 1.300 se consideran tiendas ecoeficientes, es decir, que consumen un 20% menos de electricidad y un 40% menos de agua que una tienda que no posee tal calificación. Se comercializaron más de 4,2 millones de prendas de algodón orgánico, es decir, material cultivado en campos en los que no se utilizan productos químicos tóxicos. Se analizaron químicamente casi un millón y medio de productos, a través de 3.513 auditorías a los proveedores. La distribución de los productos en Inditex es una de sus piedras de toque, por lo que se fijó en 2012 el objetivo de reducir un 20% las emisiones producidas por la logística, fijándose un plazo de 8 años (hasta 2020).

La relación de la compañía con los grupos de interés mencionados en el código se plasma en la Memoria Anual distinguiendo las herramientas de diálogo existentes en relación a tal grupo, y los objetivos fijados respecto del mismo, ya que consideran que el diálogo es clave para orientar su estrategia y dar respuesta a las expectativas de los *stakeholders*.

Inditex se comunica con sus clientes a través de las tiendas, las redes sociales, los servicios de atención al cliente y del Departamento de Calidad y Seguridad del Producto, con el objetivo de atender lo antes posibles sus demandas, con división de la atención por países y servicios.

La comunicación con los proveedores se lleva a cabo mediante la formación de clústers⁷ de proveedores, del Comité de Ética, de los equipos comerciales, del acuerdo IndustriALL⁸ y del programa de cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores. Este último, el cumplimiento de dicho código, es el objetivo marcado por Inditex en relación a este grupo de interés.

Respecto de la comunidad como grupo de interés se pretende maximizar la implementación de los programas sociales desarrollados, a través de la comunicación mediante el Consejo Social y la Comisión de Patrocinio y Mecenazgo, y la cooperación con diferentes ONGs.

Con los accionistas la comunicación se articula a través de la Junta General, de relaciones con inversores, y de los Índices de Sostenibilidad, para conseguir consolidación en tales índices y transparencia.

El Consejo Social y las ONGs son los medios para dialogar que se prevén para conseguir que se Aplique el Plan Estratégico Medioambiental.

La matriz de materialidad muestra la relevancia de los aspectos que Inditex trata con sus *stakeholders*, estudiando la preocupación de los mismos por asuntos importantes para ellos, su impacto en la empresa y la capacidad de respuesta de Inditex. Los asuntos de mayor importancia para los grupos de interés son, en orden creciente de exposición de Inditex, los siguientes: las prácticas laborales, el código de conducta, la salud y seguridad laboral y el respeto a los Derechos Humanos.

El gobierno corporativo debe regirse por una maximización de valor de la empresa, concebida como una creación continua de valor para todos los grupos de interés. Así, surge el concepto de buen gobierno corporativo, como parte de la RSE.

Los desafíos identificados por la compañía son tres. El primero de ellos es conseguir una cadena de producción sostenible, materializado a través de ciertas premisas:

⁷ Adaptación al español del término inglés “*cluster*”, que significa literalmente grupo.

⁸ Acuerdo marco entre Inditex y el sindicato internacional IndustriALL Global Union, firmado en 2007 con el objetivo de mejorar las condiciones laborales de los empleados del grupo, con el objetivo de que se aplique lo contenido en el Código de Conducta por los proveedores y el resto de la cadena de suministro. Industriall Global Union. (2012). Acuerdo marco global entre Industria de Diseño Textil (Inditex, S.A.) e IndustriALL Global Union, relativo al cumplimiento de las normas internacionales del trabajo en la cadena de producción y distribución de Inditex. Obtenido de http://www.industriall-union.org/sites/default/files/uploads/documents/GFAs/signed_gfa_inditex_-_spanish.pdf

fortalecimiento y gestión de la cadena, asegurar la correcta gestión del agua, aumentar la cooperación estrecha con los proveedores, o el acuerdo marco con IndustriALL. El segundo de los desafíos consiste en ser responsable con el producto y el cliente, a través de exhaustivos controles de la seguridad (“*Safe to Wear*”) y salubridad de los productos (“*Clear to Wear*”), de asegurar una logística sostenible, de abrir tiendas ecoeficientes, de fomentar la reducción, reutilización y reciclaje de productos textiles y materiales. El último de los desafíos es el compromiso con las personas, que se materializa en el desarrollo de una plantilla autónoma y responsable, fortalecimiento de los lazos con la comunidad mediante la inversión social en programas de desarrollo comunitario, de acompañamiento, de emergencias y de emprendimiento social, ascendiendo la cuantía invertida en acción social a 21.345.481 euros.

Todo lo anterior, cumple claramente con las exigencias de los códigos presentes en la compañía y, a priori, no contraviene ninguno de los principios y compromisos recogidos en dichos instrumentos legales. Presta una mayor atención a la protección de los empleados, los clientes, los proveedores, los accionistas y el medio ambiente como principales grupos de interés de la compañía.

Sin embargo, es adecuado ahora mencionar cierto escándalo que salió a la luz en el año 2011, pero cuyo impacto mediático se produjo en 2012, en el que Inditex aparece como protagonista. Se trata del recogido por el informe “*Captured by Cotton*” o “*Atrapadas en el algodón*” del *Centre for Research on Multinational Corporations (SOMO)* y el *India Committee of the Netherlands (ICN)*. En dicho informe se relatan las condiciones en las que jóvenes indias de entre 14 y 20 años trabajan, privadas de su libertad y en condiciones insalubres, durante más de 72 horas a la semana por tan sólo 0,88 euros diarios, que cobran cuando transcurran de tres a cinco años para pagar así su dote matrimonial. Estas adolescentes, pertenecientes a la más baja casta social (*Dalit*), son reclutadas por los grandes fabricantes textiles en el sur de India, concretamente en el estado de Tamil Nadu, utilizando lo que se conoce como *Sumangali Scheme* o Plan Sumangali. Sumagali se refiere, paradójicamente, en el idioma del lugar al concepto de “*mujer felizmente casada*”. Son cuatro las grandes fábricas textiles en la zona, y es una de ellas, Eastman, la que tiene a Inditex como cliente. Las organizaciones redactoras del informe, enviaron el borrador del mismo a las grandes textiles indias para conocer sus reacciones. La de Eastman, que es la que más nos interesa al hilo de esta investigación, es sorprendente, ya que considera que las horas extra que realizan las trabajadoras son voluntarias y ajustadas a la

legislación india. Niega también que vivan en condiciones insalubres, puesto que el hospedaje no es provisto por Eastman, sino que es privado, a diferencia de lo que recoge el informe. También alega que ha iniciado conversaciones con los proveedores de alojamiento de las trabajadoras, para que mejoren las instalaciones y les dejen circular libremente por las mismas. Argumenta que, además, en las fábricas existen sindicatos, a los cuales pueden acceder todas las trabajadoras. (Centre for Research on Multinational Corporations & India Committee of the Netherlands, 2011).

Lo anterior es el reflejo de cierta falta de control de los proveedores de la compañía, en contra de lo contenido tanto en el “Código de Conducta y Prácticas Responsables” y, especialmente, en el “Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores”. Como hemos analizado anteriormente, en ellos se prohíbe el trabajo forzado, el trabajo de menores de 16 años, la salud y la higiene en el trabajo, el pago de un salario digno, y la prohibición de horas de trabajo excesivas, entre otras.

B. EJERCICIO 2014

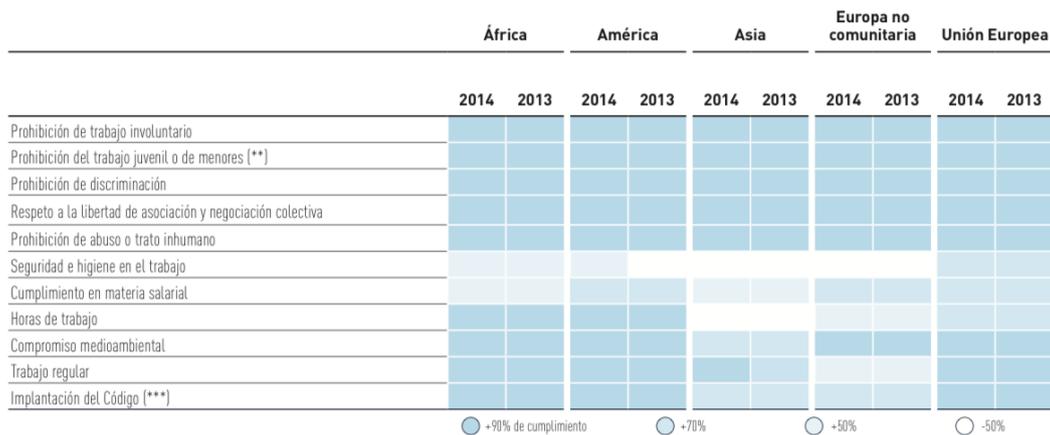
Vuelve a iniciarse la Memoria Anual de 2014 (Inditex, 2014), al igual que la de 2012, con la Carta del Presidente, en la que se hace mención a la estrategia de sostenibilidad llevada a cabo por la compañía, pero esta vez enfocada en el ámbito medioambiental como en el social.

El 2014 de la compañía lo resume Pablo Isla, su Presidente, como un año de crecimiento sostenido, basado en inversiones y con el resultado de una importante contribución a la sociedad. Las ventas sobrepasaron los 18 mil millones de euros, con un crecimiento de un 13,6% desde 2012. El número de trabajadores pasó de 120.314 en 2012 a 137.054, es decir, que aumentó en 16.740 trabajadores en términos absolutos, lo que supone un 13,9% de incremento de plantilla en términos relativos. Son 6.683 las tiendas con las que Inditex cierra el ejercicio 2014, 674 más que al cierre de 2012 (0,01% más). Así, lo que vemos es una deceleración en el desempeño de la compañía en relación con el ejercicio 2012 que antes analizamos.

En lo que al cambio climático y biodiversidad se refiere, la Memoria recuerda los planes estratégicos ya iniciados en 2007, y las estrategias medioambientales del agua, de la energía y la de protección de la biodiversidad. Es decir, en este año se siguen implementando los planes creados en años precedentes, pero no surgen nuevos a diferencia de lo que ocurrió en 2014. Lo que sí se inicia es nuevo estándar de sostenibilidad ambiental para procesos húmedos, como tintado o lavado. Otro programa iniciado es el “*The List, by Inditex*”, según el cual se fija el objetivo de que los productos químicos peligrosos usados en la fabricación de las prendas sea de más calidad

El control de la cadena de suministro se convierte en una de las prioridades de la compañía para el ejercicio, junto con la integridad de la misma. En observancia de tales prioridades Inditex lleva a cabo el Plan estratégico para una cadena de suministro estable y sostenible 2014-2018, con nueva metodología de auditorías y un incremento de las mismas hasta alcanzar las 10.274, un 55,4% más que en el periodo de 2013 y un 83,3% más que en el año 2012.

Es especialmente interesante en relación al cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores de la compañía, la siguiente tabla, que recoge el porcentaje de cumplimiento por los proveedores de los diferentes aspectos tratados en el documento:



*No se incluyen fábricas bloqueadas en 2014
 **Incluye la inexistencia de sistemas adecuados de verificación de la edad de los trabajadores
 ***Incluye la inexistencia de sistemas adecuados de registro y comunicación a los trabajadores

Fuente: Inditex, 2014

Vemos que el mayor problema de la compañía se encuentra en Asia y en relación a la seguridad e higiene del trabajo y las horas de trabajo, donde el cumplimiento de las normas no es efectivo ni en la mitad de los proveedores. Si bien, encontramos el primer

problema con la misma magnitud que en la Europa no comunitaria. Lo alarmante de esto es que a penas existen mejoras en 2014 respecto de 2013. La compañía, preocupada por estas tasas de incumplimiento, ha llevado a cabo en 2014 programas, como el de fomento de la educación (“*From Production back to Education*”).

Los accionistas, como consecuencia de un crecimiento menos acelerado que en 2012, reciben un dividendo menor que en tal ejercicio, concretamente de 0,484 euros por acción. Las acciones de la compañía se revalorizaron un 18% durante el ejercicio.

En lo que a la política de integración de empleados, durante el ejercicio 2014, se sigue aplicando el proyecto socio-laboral “*for&from*”, esta vez con la apertura de una tienda Massimo Dutti en Llagostera (Gerona, España) en la que cinco de sus nueve empleados sufren trastornos mentales severos. Con esta incorporación son 60 los empleados de Inditex en estas condiciones.

El modelo de negocio de Inditex lucha por ser un modelo sostenible. La sostenibilidad, así, funciona como punto de partida para el desarrollo de líneas de actuación, tales como operaciones de futuro, cadena productiva sostenible, impacto medioambiental o buen gobierno corporativo. Vamos a ver la evolución de aquellos puntos que la compañía consideraba como claves de su modelo sostenible en 2012. Si en tal año sólo un 21% de las tiendas eran ecoeficientes, ahora el porcentaje es del 51%, luchando por alcanzar el 100% en el año 2020. El diseño de prendas de algodón orgánico se incrementó respecto de 2012 en un 31%, llegando a comercializar 5,5 millones de prendas 100% hechas de este material. Ya hemos analizado las auditorías a proveedores previamente, por lo que no conviene repetirlo. La distribución y logística de los productos de Inditex por operadores externos tiene un impacto medioambiental importante, por lo que siguiendo el objetivo fijado en 2012 de reducir las emisiones producidas en un 20%, Inditex ha luchado por reducirlas y lo ha conseguido. Sin embargo, debido a un cambio en la metodología de cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero, por el cual tiene en cuenta el factor de emisión correspondiente al mix energético de cada país, parecen haberse incrementado.

El diálogo y compromiso con los grupos de interés aparece recogido en la Memoria de 2014 como un asunto material para la compañía con cobertura tanto dentro como fuera de la organización. Este compromiso aparece recogido en diferentes secciones de la

Memoria, concretamente ocho: la trazabilidad de los proveedores, la integridad de la cadena de suministro, la búsqueda de la máxima calidad del producto, el uso eficiente de los recursos, el fomento y la motivación de los equipos de trabajo, la innovación en la atención al cliente y la contribución al bienestar comunitario.

La matriz de materialidad al examinar tanto la relevancia interna como la externa, llega a la conclusión de que son los derechos humanos y las prácticas laborales en la cadena de suministro el aspecto que mayor relevancia tiene en ambos planos. Después encontramos, con significativamente menos relevancia interna, los siguientes asuntos: seguridad y salud en proveedores y fabricantes; calidad, salud y seguridad del producto; código de conducta y prácticas responsables; relación y satisfacción del cliente; y trazabilidad de la cadena de suministro. En relación con el año 2012, siguen estando los derechos humanos a la cabeza de las preocupaciones de los grupos de interés y de la compañía. Aunque los asuntos recogidos en un año y otro son similares, vemos que en el presente año los clientes tienen una mayor presencia.

Velar por la actuación diligente, ética y transparente de todos los profesionales del grupo en el desempeño de sus funciones aparece como objetivo del gobierno corporativo. El buen gobierno corporativo necesita del acceso regular de los *stakeholders* a la información manejada por aquél.

Los retos que señala la compañía responden a su modelo de negocio, y se identifican con los ocho compromisos que mencionábamos unos párrafos atrás. Los desafíos en comparación con el año 2012 han aumentado en número, puesto que han pasado de considerarse de forma general a concretarse. Esto no quiere decir que el entorno ahora sea menos desafiante para Inditex, sino que ha decidido expresar tales retos de otra forma. Si antes mencionaba tres, y luego los desarrollaba, ahora ha preferido identificar sus retos con sus compromisos y hacerlo de una manera más concreta. Podemos decir que los retos de 2012 siguen estando presentes en 2014, y no encontramos cambios significativos en lo expresado en el análogo párrafo del año 2012. Cabe señalar únicamente que la inversión en programas sociales se ha incrementado en un 21% en tan sólo dos años, llegando a beneficiar a 2,8 millones de personas con casi 26 millones de euros.

Parece que la empresa sigue trabajando en línea con lo establecido en sus códigos éticos. En lo que a su modelo de negocio se refiere, siguen avanzando en la sostenibilidad,

manifestado en aspectos como el incremento de tiendas ecoeficientes o el mayor uso de algodón orgánico en sus prendas. De hecho, parece ser consciente del problema existente en relación con el cumplimiento de sus fabricantes y proveedores del código de conducta de los mismos, por lo que desarrolla el mencionado Plan estratégico para una cadena de suministro estable y sostenible.

Tampoco se libra Inditex en 2014 de ciertos escándalos relacionados igualmente con sus fabricantes y proveedores.

Uno de los escándalos lo saca a la luz la ONG Reporter Brasil en 2012, por incumplimiento por parte de la compañía de un acuerdo que firmó en 2011 con el Ministerio de Trabajo brasileño para poner fin a un escándalo de esclavitud laboral. El ejecutivo de Brasil señaló que eran unos 35 los talleres subcontratados por Inditex en los que se habían detectado condiciones inseguras e insalubres de trabajo y salarios indignos. Inditex se defendió entonces alegando que el problema era que AHA, uno de sus proveedores en Brasil, había subcontratado a los talleres clandestinos. La ONG señala que no corrigió los problemas, ya que en el 2012 seguían 7.000 trabajadores sufriendo perjuicios como jornadas excesivas, trabajo infantil... En 2014 el ministerio brasileño comenzó una segunda operación para inspeccionar a varios de los proveedores de la compañía, multando a Inditex con unos 250.000 euros, por excluir de la cadena de suministro a inmigrantes. ¿El por qué de esto? Según Reporter Brasil, porque son los inmigrantes latinoamericanos los más vulnerables en lo que al trabajo esclavo en la industria textil de Brasil se refiere (Eldiario.es, 2015). En Sudamérica se han denunciado escándalos similares en otros países, tales como Argentina o Chile, los cuales no entraremos a analizar por no ser de utilidad la repetición de un supuesto similar pero acaecido en otro país.

Pero no sólo se limitan estas irregularidades al continente americano, sino que, tal y como recoge un informe de la organización Clean Clothes Campaign (Clean Clothes Campaign, 2014), también las mismas se producen en Europa del Este. Un ejemplo de ello, es el hecho de que se se encontrasen dos talleres en Turquía que trabajaban para Zara y para H&M, en los que los trabajadores empleaban más de 10 horas de trabajo diario, obteniendo unos 250 euros de media al mes a cambio. Clean Clothes Campaign ha pedido a Inditex que actué para que se respete la legislación laboral turca sobre salario mínimo y horas extra en sus proveedores (Garteiz, 2014).

Lo anterior vuelve a reflejar, tal y como señalaba el Ministerio de Trabajo brasileño, una falta de control por parte de la compañía de la cadena productiva, concretamente de la cadena de suministro.

C. EJERCICIO 2016

La Carta del Presidente del año 2016, la cual abre la Memoria Anual de 2016, se inicia con una mención a la creación de valor de la compañía, a nivel económico, social y medioambiental. Esta creación de valor para el entorno de la compañía se concreta en avances alcanzados en ciertos compromisos y pactos, que más adelante estudiaremos.

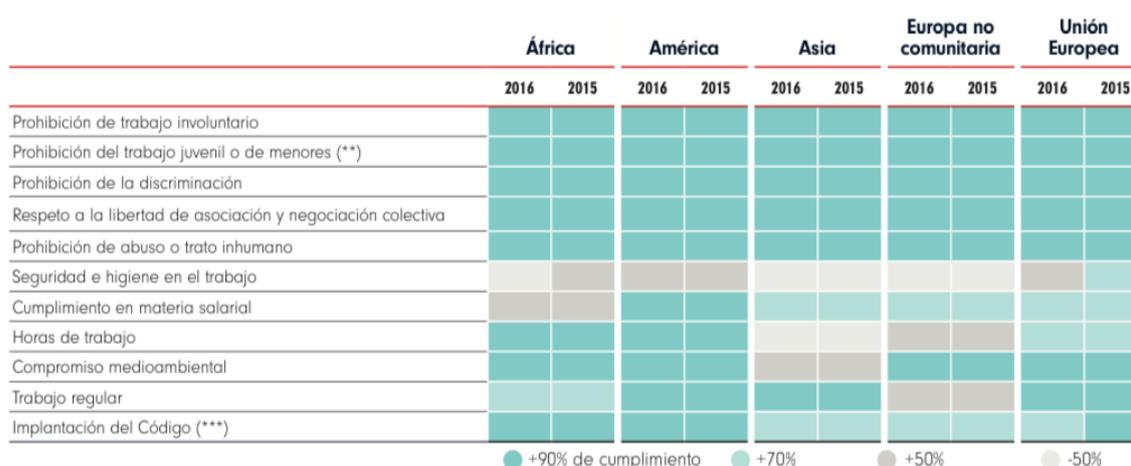
Los principales indicadores del 2016 resumen la evolución del ejercicio, el cual ha sido marcado por la creación de valor, tal y como señala su Presidente. Las ventas, de 23.311 millones de euros, suponen un 28,7% más que en 2014. El número de trabajadores llegó a los 162.450, un 18,5% de incremento de plantilla respecto de 2014. Son 7.292 las tiendas con las cuenta Inditex al cierre del ejercicio 2016, una cifra incrementada un 9% con respecto a las 6.683 tiendas con las que cerró el ejercicio 2014. Vemos que los datos de crecimiento de la compañía son sustancialmente más altos en la comparativa entre 2016 y 2014, que los obtenidos al comparar 2014 con 2012. Por tanto, se da un crecimiento mayor en todos los aspectos mencionados entre 2014 y 2016, que el ocurrido entre 2012 y 2014.

En el compromiso con la excelencia de los productos, Inditex apuesta por materias primas sostenibles y técnicas productivas eficientes que favorezcan a la biodiversidad del ecosistema, impulsando métodos de producción más responsables. Destaca aquí la Política de Productos Forestales para plasmar el respeto a los bosques de la cadena productiva. Todo lo anterior, está en línea con lo recogido en el Objetivo 15 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, con los que Inditex está especialmente comprometido. De hecho, la organización Greenpeace otorgó en 2016 la calificación de “*avant-garde*” dentro de su proyecto “*The Detox Catwalk*”, que implica que Inditex es vanguardista en la transformación de la industria hacia el uso de productos limpios, mencionando proyectos como “Vertido Cero”, “*Green to Wear*” o “*The List, by Inditex*”. Por tanto, notamos una mejora en lo que al medioambiente se refiere, ya que el

reconocimiento concedido por Greenpeace demuestra que las cosas están haciéndose bien en este sentido.

Se mantiene en 2016 la prioridad del control de la cadena de suministro, para conseguir sostenibilidad y protección a los derechos humanos y laborales de los trabajadores de los proveedores. Todo esto está en la línea de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, concretamente, el 3 (“Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades”), 5 (“Lograr la igualdad de género y empoderamiento de todas las mujeres y niñas”), 8 (“Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”) y 17 (“Alianzas para lograr objetivos”). Este control se ha materializado en un total de 10.883 auditorías a lo largo de la cadena de suministro, casi un 6% más que en el ejercicio 2014.

Es especialmente interesante en relación al cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores de la compañía, la apuesta por la formación de los mismos. De este modo se consigue un mayor acatamiento del código. Las actividades llevadas a cabo para tal fin son tanto en clústers como a nivel individual. En el año 2016, se consigue formar a 927 proveedores, a través de actividades para capacitar a este grupo de interés, basadas en asuntos como la mejora de las condiciones de los trabajadores a través de la automonitorización de la cadena. Vamos, también, a comparar el porcentaje de cumplimiento del código en la presente Memoria, con el mostrado en el ejercicio 2014.



(*) No se incluyen fábricas bloqueadas en 2016
 (**) Incluye la inexistencia de sistemas adecuados de verificación de la edad de los trabajadores
 (***) Incluye la inexistencia de sistemas adecuados de registro y comunicación a los trabajadores

Fuente: Inditex, 2016

Vemos que Asia, lugar donde más fabricantes y proveedores de Inditex se encuentran localizados y donde menor cumplimiento tiene el código, la situación no ha variado en

absoluto. Tampoco varía en Europa no comunitaria. En África empeora el cumplimiento de la seguridad e higiene en el trabajo. Lo mismo ocurre en la Unión Europea, donde además se experimenta un empeoramiento en la implantación del código. Es América el único mercado en el que se produce un mayor cumplimiento del código, específicamente, en materia salarial.

Los accionistas reciben en 2016 un dividendo por el ejercicio 2015, que asciende a 0,60 euros por acción. Esto, si lo comparamos con el que se recibió en 2014, es superior en 0,116 céntimos de euro. En lo que a la revalorización se refiere, ésta fue mucho menor que la experimentada en 2014, concretamente pasó de ser de un 18% en dicho año a un 1,2%.

En la lucha por una sociedad diversa e inclusiva, Inditex ha dedicado en 2016 un 40% de la inversión social en programas de integración y bienestar de personas con dificultades. Además del proyecto “*for&from*”, por el cual se abrieron tres nuevas tiendas sumando en total once, se han llevado a cabo otros programas, como el de fomento de empleo con personas en situación o riesgo de exclusión social en España, el de desarrollo comunitario en Bangladés o Camboya, entre otros.

El modelo de negocio de Inditex se caracteriza por buscar la sostenibilidad, y además, por la búsqueda de flexibilidad en la adaptación de la producción a la demanda del mercado a través de la integración vertical de su cadena productiva. En 2012 se señalaban ciertos aspectos como claves del modelo sostenible. Si bien, en este ejercicio no se señalan los mismos indicadores como claves, vamos a analizar algunos para conocer su evolución desde 2014. Las tiendas ecoeficientes llegan ya a sumar 4.519, es decir un 68% de las tiendas de la compañía ya pertenecen a esta categoría, esto es, un 17% más que en 2014. Si bien, hay aún trabajo por hacer hasta conseguir el objetivo del 100% de este momento a 4 años vista. El incremento en el uso de algodón orgánico es exponencial: se producen 36,7 millones de prenda con este material en 2016, un 567% más que en 2012. Las emisiones asociadas al transporte de mercancías se han visto reducidas, no se concreta la cuantía exacta, por la optimización de la carga de camiones, la cual ha llevado a ahorrar 1.140.000 km.

La relación con los grupos de interés se basa en la transparencia y diálogo. Éste último se basa en el uso de las herramientas que ya señalamos en el 2012, por lo que no resulta necesario mencionarlas de nuevo.

La matriz de materialidad del 2016, vuelve a señalar a los derechos humanos y las relaciones industriales en la cadena de suministro como asunto de mayor relevancia interna y externa. A este asunto le sigue, en el plano interno, el compromiso con los clientes. Sin embargo, un asunto de gran relevancia externa, superior al de los derechos humanos, es el de la trazabilidad de la cadena de suministro, seguido, con el mismo nivel de importancia externa, de las prácticas laborales.

Una buna práctica de gobierno corporativo es, según se refleja en la Memoria de 2016, aquella que lucha por ciertos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Concretamente: lograr la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas (ODS 5), promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (ODS 8), promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles (ODS 16), y fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible (ODS 17).

En la Memoria Anual de 2016, la compañía no señala de forma expresa ningún reto o desafío al que se haya enfrentado en el 2016 o deba enfrentarse en posteriores ejercicios. Podríamos, a título propio, que su reto sigue siendo luchar por un modelo de negocio sostenible y respetuoso con su código de conducta.

La empresa en 2016 ha trabajado en la línea de los establecido en ambos códigos, sobretodo en lo que al medioambiente se refiere. Eso sí, el problema de la trazabilidad de la cadena de suministro sigue apareciendo como una constante en cada uno de los años estudiados.

En este año 2016 saltaba un escándalo sobre la explotación de refugiados sirios en Turquía en fábricas de ropa. Concretamente, se encontraron refugiados adultos que cobraban menos de un dólar americano por hora de trabajo, con jornadas de 12 horas diarias. Además, entre las tareas de algunos de ellos se encontraba la de rociar con químicos peligrosos sin ni siquiera llevar una mascarilla sencilla. Inditex respondió a esta

noticia alegando que estos incumplimientos habían sido detectados en una de sus auditorías en junio, otorgando hasta finales de 2016 para solucionar esta situación (BBC, 2016).

En este mismo año también se acusó a la compañía de evadir fiscalmente 585 millones de euros entre 2011 y 2014. La acusación, presentada por el grupo parlamentario europeo de “Los Verdes”, a través de un informe conocido como “*Tax Shopping: Exploring Zara’s Tax Avoidance Business*”, ha sido contestada por la compañía, negándola y aportando datos que la desestiman. Mientras que el informe explica que la empresa llevó a cabo planes agresivos para evadir impuestos en países como Irlanda y Suiza, Inditex aportó datos que, a nuestro parecer, no tienen la fuerza suficiente como para desestimar tal afirmación. Un ejemplo de este tipo de argumentos es el que señala que el impuesto pagado en el mismo periodo por ese concepto globalmente asciende a 4.400 millones de euros. Vemos, de este modo, que no es relevante los impuestos pagados, sino los dejados de pagar. De hecho, tal afirmación demuestra que de haber evadido la cifra que Los Verdes aportan, evadieron una cantidad que equivale al 13,3% de lo que pagaron (El Confidencial, 2016).

CAPÍTULO V: PROPUESTAS DE ACTUALIZACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA DE INDITEX

Tras un largo recorrido por los códigos de conducta, en general, y los de Inditex, en concreto, llega el momento de valorar si éstos son capaces de guiar la actividad de la compañía o, si por el contrario, se quedan en un plano teórico.

El análisis llevado a cabo se limita únicamente a una muestra de tres ejercicios, lo cual parece ser representativo teniendo en cuenta que únicamente han transcurrido cinco años desde la aprobación de los nuevos códigos de conducta en 2012. Los instrumentos que han servido de base para el estudio han sido tanto las Memorias Anuales, puestas a disposición del público por la compañía, como las noticias recabadas de diversos medios de comunicación. Todo esto, nos ha permitido conocer los puntos fuertes y débiles de la compañía en lo que al cumplimiento de los códigos se refiere. Cabe señalar que nos referimos a ambos códigos, ya que, a pesar de estar uno más enfocado en un grupo de interés concreto, ambos son instrumentos éticos que pretenden orientar la actuación de la conducta de la empresa.

Como gran punto fuerte de Inditex, destaca su compromiso con el medioambiente. Hemos visto numerosos ejemplos a lo largo del capítulo anterior que han evidenciado cómo Inditex se involucra con la sostenibilidad a nivel ambiental. De hecho, en las matrices de materialidad analizadas anteriormente, el cuidado del medioambiente no aparece como asunto especialmente delicado, ni a nivel externo, ni para la propia compañía. Tampoco encontramos grandes escándalos relacionados con esta materia. No obstante, este tema aparece recogido de forma superflua en los códigos. La lógica nos lleva a pensar que, tras la renovación de estos instrumentos éticos en 2012, Inditex era consciente de sus fortalezas y debilidades, prefiriendo hacer mayor hincapié en éstas que en aquéllas.

Ahora bien, si teníamos un claro punto fuerte de la compañía, estamos seguros de cuál es su punto débil: el cumplimiento por parte de sus fabricantes y proveedores del código que a ellos se dirige. Concretamente, la protección de los derechos humanos y las prácticas laborales se erige como materia especialmente delicada. Inditex es plenamente consciente de ello, y como una de las cien empresas más valiosas del mundo por capitalización

bursátil (Mazo, 4 de marzo de 2017), quiere acabar con esto. La propuesta que sugerimos para actualizar ambos códigos va en línea con lo establecido en el “Plan Estratégico 2014-2018”. En este documento se busca una identificación y conocimiento correcto de los proveedores y fabricantes, que como hemos observado son el grupo más susceptible de incumplir los mandatos de los códigos. Una vez que se identifica correctamente a este grupo de interés, se debe evaluar exhaustivamente su capacidad de cumplimiento de los estándares requeridos por Inditex, para poder colaborar en la mejora de las condiciones de sus trabajadores. Lo que se consigue así es la sostenibilidad de estos proveedores y fabricantes, y el cumplimiento de los códigos de conducta. De hecho, a título de ejemplo, en 2016, que es la última Memoria disponible, vemos que el objetivo fijado en tal Plan de verificar la trazabilidad de la totalidad de la producción, ha sido cumplido en casi un 90%, incrementando el porcentaje con respecto al ejercicio precedente (Inditex, 2016).

Inditex parece seguir el buen camino con esta iniciativa, por lo que no consideramos que deban actualizarse ninguno de los códigos de conducta de la compañía, porque recogen una amplia variedad de *stakeholders* y son capaces de identificar los problemas inherentes a cada uno de ellos. Lo que en nuestra opinión debe llevarse a cabo son programas, como los contenidos en el Plan Estratégico anteriormente mencionado, para implementar y asegurar el cumplimiento de los códigos. Está claro que no es fácil en un gigante textil como el que estamos estudiando monitorizar la actuación de todos y cada uno de los subcontratados que le proveen de mercancías, pero esta característica es un arma de doble filo, porque su gran tamaño le permite, a su vez, tener los recursos suficientes para llevar a cabo este control.

CONCLUSIONES

El título que da nombre a este trabajo es explicativo de la estructura que se ha seguido para desarrollar el presente estudio de caso: los códigos de conducta, Inditex como empresa del Ibex 35, el código de conducta de Inditex, las actuaciones llevadas a cabo por la compañía en materia de responsabilidad social corporativa, y, por último, la valoración de la adecuación de tales actuaciones a los mandatos recogidos en dicho código. A continuación, destacaremos las conclusiones más relevantes a las que hemos llegado, desgranando cada uno de los capítulos que componen este estudio:

1. Lo primero que tenemos que tratar es de diferenciar el concepto que ocupa el eje central de este trabajo de otros que, si bien pueden parecer a priori similares, debemos orillarlos para evitar confusiones. Partiendo de la base de la necesidad de autorregulación de las empresas en virtud de su propia cultura, los códigos de conducta se presentan como aquellos instrumentos de responsabilidad social corporativa que sirven como herramientas de gestión, través de las cuales el máximo órgano de gobierno comunica a los miembros de una empresa el comportamiento que de ellos se espera en sus relaciones con los distintos grupos de interés o *stakeholders*. Así, diferenciamos un enfoque en este elemento de comunicación, tanto a nivel interno, como externo. A pesar de no existir un contenido determinado para estos instrumentos, por lo general, se puede considerar que engloban la misión, visión y los valores de la empresa, la responsabilidad que ésta asume para con los *stakeholders*, y ciertas normas concretas. Esta información sobre el *modus operandi* de la empresa aporta seguridad a aquellos grupos que puedan afectar o ser afectados por los logros de una corporación, lo que, como se ha concluido en numerosos estudios empíricos, conlleva un mejor desempeño de la compañía.

2. Con motivo de la inclusión de la responsabilidad penal de las personas jurídicas en el Código Penal en 2010, se empezaron a aprobar estos códigos masivamente en España. Si a esto le sumamos la reforma de dicha norma en 2015, por la cual se establecen nuevos requisitos para eximir de responsabilidad penal a la empresa en caso de comisión de un delito por parte de alguno de sus miembros, vemos que se hace imprescindible adoptar normas para prevenir y controlar estos comportamientos dentro de las empresas. Además, para las sociedades cotizadas en España existe una norma que

tiene por fin asegurar el correcto funcionamiento de los órganos de gobierno y administración: el Código de Buen Gobierno. Así, observamos que, a pesar de existir ciertas normas legales que hacen referencia a la responsabilidad de las empresas, en ninguna de ellas se establece la necesidad de aprobar un código como instrumento de la responsabilidad social corporativa o RSC.

3. La gestión de los códigos puede dividirse en tres grandes categorías, que podemos asumir también como pasos que debe dar la empresa en la obtención de estos instrumentos. En primer lugar, encontramos la elaboración y aprobación del mismo por el máximo órgano de gobierno previsto para la sociedad, con el apoyo, en su caso, de *stakeholders* o expertos en la materia. Este grupo de trabajo servirá también para eventuales revisiones del mismo, ya que la esencia de la empresa perdura en el tiempo, pero el contexto es mutable. A este paso le sigue la difusión e implantación, a través de mecanismos, como, a título de ejemplo, los programas de sensibilización. Por último, se establecen instrumentos para controlar el cumplimiento del documento. Nótese, de nuevo, que todo lo anterior variará en función de las necesidades de la empresa, ya que no existe nada fijado por la ley de antemano.

4. Industria de Diseño Textil, más conocida por su acrónimo Inditex, ha sido la empresa elegida dentro del Ibex 35, índice bursátil principal de la bolsa española. Este grupo, dedicado a la distribución de moda en el mundo, es una de las mayores multinacionales de moda, cuya idea de negocio se basa en la concentración en una única compañía de diseño, fabricación, logística y venta de moda. El motivo de la elección se basa tanto en la existencia de un código de conducta, como en motivos menos pragmáticos, como la presencia internacional de la compañía, y en el interés que despierta el sector textil en el ámbito de la RSC. El análisis de la responsabilidad social corporativa de Inditex, nos lleva a señalar que da un enfoque colectivo a la misma, abogando por la sostenibilidad en su modelo de negocio, satisfaciendo a los clientes y buscando efectos positivos en los *stakeholders*, y mezclando integridad y cumplimiento para su institucionalización.

5. Fue en el año 2012 cuando el Consejo de Administración de Inditex aprobó el “Código de Conducta y Prácticas Responsables”, en sustitución del “Código Interno de Conducta” y a la “Directriz Interna de Prácticas Responsables”. Asimismo, actualizó

el “Código de Fabricantes y Talleres Externos”, dando paso al actual “Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores”. La presencia de dos documentos de conducta se debe a la sensibilización de la compañía respecto de los problemas derivados del incumplimiento de dichas normas por algunos de sus proveedores y fabricantes, surgiendo así el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores. El Código de Conducta y Prácticas responsables tiene como fin lograr un comportamiento ético, profesional y responsable de la compañía y de sus empleados en el desempeño de sus actividades por todo el mundo. Este objetivo se configura como parte esencial de la cultura corporativa, sirviendo como inspiración en el desarrollo de las actividades de los trabajadores. Para ello, se definen detalladamente a lo largo del documento los principios y valores según los cuales deben articularse las relaciones de Inditex con sus grupos de interés, siendo los siguientes los incluidos en dicho código: empleados, clientes, accionistas, socios de negocio, proveedores, autoridades y funcionarios, sociedades en las que opera y medioambiente. El Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores, en cambio, define los estándares mínimos de comportamiento ético y responsable que deben ser observados por los fabricantes y proveedores de Inditex, siempre partiendo de la idea de respeto de derechos humanos y laborales. Los principios generales, que serán completados con algunos más concretos a lo largo del documento, pueden resumirse en cuatro. El primero de ellos, es la actuación ética y responsable. A esto se le suma, el compromiso de un trato justo y respetuoso con todo el que se relaciones con la empresa. Además, encontramos el respeto al medioambiente. Por último, se establece la obligatoriedad de adhesión al contenido de este código por parte de los centros de producción ajenos a la propiedad de Inditex.

6. Tomando como base ambos códigos, y teniendo en mente las ideas en ellos contenidas, se procede a un análisis de las Memorias Anuales de los ejercicios 2012, 2014 y 2016 de la compañía. De esta forma, se analiza si realmente la actualización de sus normas éticas en el ejercicio 2012, ha supuesto un impacto real en el desempeño de la compañía o, si por el contrario, se trata de una renovación únicamente desde el punto de vista teórico. Asimismo, se analiza en la prensa la existencia de escándalos en lo que a RSC se refiere para evitar que las conclusiones estén sesgadas por el uso exclusivo de información provista por Inditex.

7. De todo el análisis precedente, podemos destacar las fortalezas y debilidades en el desempeño de la responsabilidad social corporativa de Inditex. Como gran punto fuerte, destaca su compromiso con el medioambiente, con una amplia variedad de proyectos y programas desarrollados en los tres años analizados, y con una evolución positiva en tales compromisos. Ahora bien, si teníamos un claro punto fuerte de la compañía, estamos seguros de cuál es su punto débil: el cumplimiento por parte de sus fabricantes y proveedores del código. Concretamente, la protección de los derechos humanos y las prácticas laborales se erige como materia especialmente delicada. La propuesta que sugerimos para actualizar ambos códigos va en línea con lo establecido en el “Plan Estratégico 2014-2018”, documento que propone una identificación exhaustiva de proveedores y fabricantes, para después evaluar su capacidad de cumplimiento de los estándares requeridos por Inditex. Inditex va por el buen camino con iniciativas como ésta, por lo que no consideramos necesario actualizar sus códigos de conducta, sino seguir trabajando en la implementación de los mismos. Los códigos de la empresa son capaces de recoger una amplia variedad de *stakeholders* y de identificar los problemas inherentes a cada uno de ellos. Lo que sí resulta adecuado es seguir trabajando en la implementación de los mismos. Está claro que no es fácil en un gigante textil como este monitorizar la actuación de todos sus subcontratados, pero esta característica es un arma de doble filo, porque su gran tamaño le permite, a su vez, tener los medios suficientes para llevar a cabo dicho control.

BIBLIOGRAFÍA

- Arribas, V., Josa, E., Bravo, S., García, I., San Miguel, P., Susaeta, L. (coords.) (2016). “Informe. El Sector de la Moda en España: Retos y desafíos”. *Observatorio de la moda española*. Obtenido el 26/03/2018 de: <http://observatoriomodaespañola.com/wp-content/uploads/2016/06/INFORME.pdf> (Última consulta: 27/03/2018).
- Ayuso, S., Garolera, J. (2012). “Códigos éticos de las empresas españolas: ¿Qué compromisos contienen?”. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, n. 11, pp. 77-103.
- BBC (25 de octubre de 2016). Exclusivo BBC: los refugiados sirios que son explotados en fábricas de Turquía que producen para famosas marcas de ropa. *BBC*. Obtenido el 26/03/2018 de: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-37757061> (Última consulta: 27/03/2018).
- Bolsa de Madrid (2018). Listado de empresas por sectores. *Bolsa de Madrid*. Obtenido el 23/03/2018 de: <http://www.bolsamadrid.es/esp/asp/Empresas/EmpresasPorSector.espx> (Última consulta: 27/03/2018).
- Bondy, K., Matten, D., & Moon, J. (2007). Codes of conduct as a tool for sustainable governance in MNCs. En A. Crane, D. Matten, & L. Spence (Eds.), *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in Global Context* (pp. 432-455). Londres: Routledge.
- Camacho Laraña, I., Fernández Fernández, J.L., González Fabre, R., Miralles Massanés, J. (2013). *Ética y Responsabilidad Social*. Bilbao: Desclée De Brouwer.
- Clean Clothes Campaign (2014). *Stitched Up: Poverty wages for garment workers in eastern europe and turkey*. *Clean Clothes Campaign*. Obtenido el

25/03/2018 de: <https://cleanclothes.org/resources/publications/stitched-up-1>
(Última consulta: 26/03/2018).

- Comisión Europea (2001). Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. *Comisión de las Comunidades Europeas*. Obtenido el 12/03/2014 de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES> (Última consulta: 21/03/3028).
- Comisión Nacional Del Mercado De Valores (2015). Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas. *CNMV*. Obtenido el 11/03/2014 de: https://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf (Última consulta: 22/03/3028).
- Centre for Research on Multinational Corporations & India Committee of the Netherlands. (2011). Captured by Cotton. Obtenido el 23/03/2018 de: <http://www.indianet.nl/pdf/CapturedByCotton.pdf> (Última consulta: 24/03/2018).
- El Confidencial (8 de mayo de 2016). Inditex responde a la acusación de Los Verdes de evadir 585 millones de euros. *El Confidencial*. Obtenido el 26/07/2018 de: https://www.elconfidencial.com/empresas/2016-12-08/inditex-impuestos-los-verdes-parlamento-europeo-amancio-ortega_1300998/ (Última consulta: 28/03/2018).
- Eldiario.es (13 de mayo de 2015). Brasil amenaza a Inditex con una multa millonaria por incumplir un acuerdo contra el trabajo esclavo. *Eldiario.es*. Obtenido el 25/03/2018 de: https://www.eldiario.es/economia/Inditex-enfrenta-millones-Brasil-incumplir_0_387411592.html. (Última consulta: 25/03/2018).
- Erwin, P. (2011). “Corporate codes of conduct: The effects of code content and quality on ethical performance”. *Journal of Business Ethics*, n. 99, pp. 535-548.

- Freeman, E. (1984) *A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pittman.
- Garteiz, G. (16 de junio de 2014). Inditex es requerida para que detenga la explotación de los empleados de sus proveedores del Este de Europa. *La Celosía*. Obtenido el 25/04/2018 de: <http://www.lacelosia.com/inditex-es-requerida-para-que-detenga-la-explotacion-de-los-empleados-de-sus-proveedores-del-este-de-europa/> (Última consulta: 26/03/2018).
- Gedesco (2012). ¿Qué es el Ibex 35?. *Gedesco*. Obtenido el 11/03/2018 de: <https://www.gedesco.es/blog/que-es-el-ibex-35/> (Última consulta: 11/03/2018).
- Inditex (2012). Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores Grupo Inditex. *Inditex*. Obtenido el 24/02/2018 de: <https://www.inditex.com/documents/10279/241032/Código+de+Conducta+de+Fabricantes+y+Proveedores+de+Inditex/fdb155a3-3fd9-4ac7-98aa-096a9856dbc4> (Última consulta: 29/03/2018).
- Inditex (2012). Código de Conducta y Prácticas Responsables Grupo Inditex. *Inditex*. Obtenido el 24/02/2018 de: <https://www.inditex.com/documents/10279/241584/Código+de+Conducta+y+Prácticas+Responsables/c74a0a88-e824-4e18-97fd-06fd2753570c> (Última consulta: 26/03/2018).
- Inditex (2012). Memoria Anual. *Inditex*. Obtenido el 24/03/2018 de: https://www.inditex.com/documents/10279/246366/Memoria_Anual_2012.pdf/4cb6b6ad-2faf-4f27-88d6-06b4d4b764ff (Última consulta: 25/03/2018).
- Inditex (2014). Memoria Anual. *Inditex*. Obtenido el 25/03/2018 de: https://www.inditex.com/documents/10279/246648/Memoria_Anual_2014.pdf/118b65d5-10b3-4c9e-a4c6-17dceb1d59a2 (Última consulta: 25/03/2018).
- Inditex (2016). Memoria Anual. *Inditex*. Obtenido el 25/03/2018 de: <https://www.inditex.com/documents/10279/319572/Informe+Anual+de+Indi>

[tex+2016/8feb6252-235c-4fd5-90c8-07c08ad7493e](https://www.inditex.com/es/quienes-somos/conocenos) (Última consulta: 25/03/2018).

- Inditex.com (2018). Conócenos. *Inditex*. Obtenido el 11/03/2018 de: <https://www.inditex.com/es/quienes-somos/conocenos> (Última consulta: 11/03/2018).
- IndustriALL Global Union (2012). Acuerdo marco global entre Industria de Diseño Textil (Inditex, S.A.) e IndustriALL Global Union, relativo al cumplimiento de las normas internacionales del trabajo en la cadena de producción y distribución de Inditex. *IndustriALL*. Obtenido el 24/03/2018 de http://www.industriall-union.org/sites/default/files/uploads/documents/GFAs/signed_gfa_inditex_-_spanish.pdf (Última consulta: 24/03/2018).
- International Federation of Accountants (2007). “Defining and Developing an Effective Code of Conduct for Organizations”. *International Good Practice Guidance*.
- Kaptein, M. (2004). “Business Codes of Multinational Firms: What Do They Say?”. *Journal of Business Ethics*, n.50, pp. 13-31.
- Longinos Marín, J., Arcas Lario, N., Martínez León, I.A., Olmedo Cifuentes, I. (2012). “Transparencia, gobierno corporativo y participación: claves para la implantación de un código de conducta en empresas de economía social”. *Revesco*, n. 108, pp. 86-112.
- Mazo, E.S. (4 de marzo de 2017). Así son las 100 empresas más valiosas del mundo. *Expansión*. Obtenido el 28/03/2018 en: <http://www.expansion.com/economia/2017/03/04/58b9c02be2704e7a568b45d7.html> (Última consulta: 28/03/2018).
- Olcese Santoja, A. (2009). *La Responsabilidad Social y el Buen Gobierno en la Empresa, desde la Perspectiva del Consejo de Administración* (tesis

doctoral). Universidad Autónoma de Madrid & Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

- Olcese Santoja, A. (2011). *Creación de valor y responsabilidad social de la empresas (RSE) en las empresas del Ibex 35*. Barcelona: RACEF.
- Regojo Balboa, J. (2017). “Compliance y los códigos éticos y de conducta empresarial: claves para su eficacia”. *Legal Today*. Obtenido el 10/03/2017 de <http://www.legaltoday.com/practica-juridica/penal/penal/compliance-y-los-codigos-eticos-y-de-conducta-empresarial-claves-para-su-eficacia>. (Última consulta: 10/03/2018).
- Schwartz, M.S. (2001). “The nature of the relationship between corporate codes and behavior”. *Journal of Business Ethics*, n.32, pp. 247-262.