Carta del presidente

Estimadas amigas y amigos:

El año 2018 ha sido muy relevante en la política de anticipación y transformación digital que llevamos desarrollando desde hace varios años y que llevará a Inditex a ser en 2020 una plataforma de tiendas y online plenamente integrada -puntos de venta completamente interconectados con online-, plenamente sostenible -se habrá culminado el programa de tiendas ecoeficientes-, y plenamente digital -toda nuestra oferta de moda, disponible en cualquier rincón del mundo a través de internet-.

En todo este proceso nunca dejaré de insistir lo suficiente en que lo más importante son las personas, siempre en el centro de cualquier decisión. Nuestra propuesta está diseñada y gestionada por un equipo humano de más de 170.000 personas que comparten su creatividad y su pasión por la moda con millones de clientes. Es precisamente esta rica diversidad la que da sentido a nuestra empresa, que quiere caracterizarse por su compromiso con el cliente, su carácter humilde e inconformista y su altísima capacidad de trabajo en equipo para superarse continuamente.

En la presente Memoria vamos a repasar tanto los principales indicadores de nuestro modelo de negocio como aquéllos que explican la creación de valor social, económico y medioambiental. Para ello nos fijamos como objetivo la Agenda 2030 de Naciones Unidas y la ambiciosa consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), vinculados a nuestra cadena de valor. Y reafirmamos nuestra adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas y a los Principios Rectores para las Empresas y los Derechos Humanos.

Calidad, trazabilidad y sostenibilidad son las palabras clave del modelo. Los trabajadores se sitúan en el centro para impulsar programas que promuevan iniciativas de progreso social

Calidad, trazabilidad y sostenibilidad son palabras clave de nuestro modelo, que abarca de forma exhaustiva todo el ciclo de vida textil, desde la selección de materias primas hasta el fin de ciclo, con el objetivo claro de conseguir una economía circular capaz de reciclar tanto residuos como tejidos.

Este nivel de alta exigencia caracteriza asimismo nuestra selección del tiendas, localizadas en las mejores arterias comerciales del mundo en espacios privilegiados para conseguir la mejor experiencia de compra. Nuestras tiendas se han anticipado a coincidir con las nuevas necesidades de nuestros clientes. Se trata de espacios más grandes, más tecnológicos, y más inteligentes. Una de las razones esenciales que posibilitan esta política es la constante reinversión realizada en la propia empresa año a año, más de 1.600 millones de euros en 2018, 9.400 millones en los últimos seis años, 2.000 de ellos dedicados a innovación tecnológica y logística.

Objetivos clave de esta inversión han sido también, por un lado, la apuesta que hicimos hace años ya por el I+D+i diferencial, una tecnología propia de identificación de las prendas por radiofrecuencia (RFID), y, por otro, la constante innovación para mejorar cualquier proceso en cualquier área de la compañía, condición inherente a la cultura Inditex, sólo posible gracias al espíritu autocrítico y al carácter emprendedor de quienes integran la empresa.

El cliente se encuentra en el corazón de este modelo, que facilita al máximo la toma de decisión informada y la comodidad en la experiencia de compra. Con este objetivo comenzamos hace años el ambicioso proyecto de integrar las existencias de nuestras tiendas con las de online a partir de la tecnología RFID, que permite una eficiencia sin precedentes en la gestión de inventarios. Nuestras marcas se sienten especialmente cómodas en este nuevo entorno, en el que reciben entre todas más de 3.000 millones de visitas online, con más de 150 millones de seguidores en las redes sociales.

Creemos firmemente que todo este modelo sólo es posible si es sostenible. Hace décadas que exigimos a todos nuestros proveedores el cumplimiento de unas condiciones pioneras en sostenibilidad, que tomaban como referencia las mejores prácticas sociales y medioambientales posibles. La trazabilidad es un concepto clave en este sentido, ya que, mientras mantenemos una monitorización permanente de los procesos, hemos colocado a los trabajadores en el centro del seguimiento para impulsar programas que promuevan iniciativas de progreso social. Al tratarse mayoritariamente de empleo femenino, estas medidas se concentran muy especialmente en planes de empoderamiento de la mujer e impulso de la diversidad de género.

Nuestras prendas son fabricadas por los mejores especialistas del sector, especialmente en proximidad: España, Portugal, Marruecos y Turquía, siempre con la exigencia de que incorporen estas mejores prácticas en un constante diálogo con todos los grupos de interés (organizaciones, sindicatos e instituciones), lo que supone una predisposición permanente al aprendizaje.

Una de las principales organizaciones en este sentido es IndustriALL, la Federación de Sindicatos global que representa a más de 50 millones de trabajadores y con la que en 2007 firmamos un pionero Acuerdo Marco, por el que, en la práctica, elaboramos un plan conjunto de seguimiento en todas las fábricas. Asimismo, trabajamos de la mano de la OIT, la Sustainable Apparel Coallition, Ethical Trading Initiative y multitud de organizaciones del tercer sector involucradas en la realidad de cada mercado.

El Plan de Sostenibilidad Medioambiental 2016-2020, que tiene como principal objetivo la circularidad de nuestros procesos, llega a su último año con el Programa *Closing the Loop* de recogida de prendas usadas, reutilización y reciclaje, desplegado en 1.382 tiendas en 24 mercados, y habiendo recuperado más de 34.158 toneladas desde su inicio en 2016. Este año, además, hemos implantado la recogida a domicilio de prendas usadas en Pekín y Shanghái, un programa pionero con el que ya hemos recogido más de 850.000 artículos.

Estamos trabajando de forma intensiva para reutilizar materia prima. Hemos impulsado el reciclaje de algodones, y estamos investigando nuevas formas de separación de tejidos con la Universidad de Tsinghua, en China, y con el MIT, en EEUU, a través del MISTI, núcleo de investigación en el que colaboran diversas universidades españolas. Hoy, además, me siento especialmente orgulloso de ver que nuestra apuesta por las materias primas y los procesos más sostenibles, se ha concretado ya en más de 136 millones de prendas diferenciadas con la etiqueta Join Life.

Soluciones y contribuciones que, como siempre, también se reflejan en el crecimiento conjunto de nuestros proveedores, que en España generan 55.000 empleos directos en más de 7.500 pequeñas y medianas empresas que nos facturaron más de 5.000 millones de euros. O en nuestra contribución fiscal, que en 2018 alcanzó los 6.100 millones de euros, de los que 1.700 millones se pagaron en España.

Hacemos moda y ésa es nuestra seña de identidad. Nuestros 700 diseñadores junto a las más de 170.000 personas que trabajan en la compañía aportan su pasión creativa para ponerla a disposición de nuestros clientes. Esta clave sigue explicando cifras históricas de ventas -26.145 millones de euros- y de beneficio -3.444 millones-. Y por eso seguimos compartiendo este crecimiento con nuestros empleados, a cuya retribución se destinan 4.100 millones en 2018.

La promoción del bienestar social y educativo, la empleabilidad de colectivos vulnerables –con una nueva tienda *for&from* de Uterqüe, gestionadas por personas con discapacidad- y las ayudas de emergencia, siguen estando, a la misma altura del resto de nuestras prioridades. Nuestras inversiones sociales han logrado en 2018 beneficiar directamente a 2,4 millones de personas, a través de entidades como Médicos sin Fronteras, Cáritas, Entreculturas, Cruz Roja y Water.org.

En todas estas líneas estratégicas vamos a seguir trabajando. Nuestra prioridad va a seguir siendo la generación de valor social, económico y medioambiental focalizada en el cliente, con unos principios que tengan siempre a las personas en el centro de cualquier consideración. Gracias a todos aquellos que, con su actitud, esfuerzo, creatividad y talento, permiten que Inditex siga siendo este apasionante proyecto.

P. Isla

Pablo Isla

Presidente