



INNOVACIÓN EN LA EXPERIENCIA DE CLIENTE



Entendemos la relación con nuestros clientes como algo único, al margen del canal que cada uno escoja en cada momento. Así, la experiencia de compra va más allá del canal y el soporte, ofreciendo siempre al cliente la opción que más se ajusta a sus necesidades.

ODS	Metas	Contribución de Inditex
	9.5	En Inditex aplicamos un modelo de innovación abierto, flexible y descentralizado en el que fomentamos que todos nuestros empleados contribuyan al desarrollo de ideas que se transformen en soluciones prácticas. Este modelo se despliega en todas las etapas de nuestra cadena de valor, con un especial foco en la sostenibilidad de la misma. Además, nuestra colaboración con terceros supone una palanca para acelerar la innovación en el entorno en el que operamos.
	12.8	Las expectativas de nuestros clientes incluyen tener la seguridad de que todas nuestras prácticas se llevan a cabo bajo las más exigentes premisas de eficiencia, sostenibilidad, responsabilidad, transparencia, respeto a la privacidad, compromiso y contribución con el bienestar social. Por ello, les proporcionamos información transparente sobre nuestras actividades y nuestro modelo de negocio, en el que la innovación relacionada con todos los ámbitos de la sostenibilidad tiene un papel destacado. De este modo, facilitamos un modelo de consumo responsable.

 Más información en las páginas 328 y 329 de esta Memoria Anual.

Centrados en nuestros clientes

Cómo nos relacionamos con el cliente

El punto de partida de todo lo que hacemos en Inditex es el cliente. Conocer cuáles son los productos que demanda y ofrecérselos en el momento y lugar adecuado, proporcionando la mejor experiencia de compra, es la tarea en la que nos volcamos a diario las personas que formamos parte del Grupo.

Mientras nuestros equipos de tiendas y online trabajan con los diseñadores y equipos de producto en entender las necesidades del cliente y ofrecerles las últimas tendencias que nos demandan, los equipos de imagen y coordinación buscan las mejores formas de presentar las colecciones y proponer diferentes looks o posibilidades. Por su parte, el estudio de arquitectura trabaja en crear espacios agradables y accesibles, donde disfrutar de una experiencia de compra diferente.

Desde distintas posiciones, todos trabajamos para que el cliente disfrute de la experiencia de compra. Para ello, hemos desarrollado un modelo integrado de tiendas y online, en el que el cliente puede acceder a nuestros productos cuándo, dónde y cómo prefiera. Este modelo, que demanda una operativa ágil, eficiente y con un enfoque netamente innovador, permite al cliente transitar de la tienda al canal online sin que se aprecien las rigideces de uno u otro, y ofrece múltiples alternativas para el acto de compra.

Entendemos la relación con nuestros clientes como algo único, al margen del canal que cada uno escoja en

cada momento. Todo ello, permite que nuestros clientes puedan conocer nuestras novedades a través de la tienda online, pero realizar la compra en tienda o visitar nuestras tiendas, pero realizar la compra online y solicitar la entrega en el domicilio. Así, la experiencia de compra va más allá del canal y el soporte y ofrece siempre al cliente la opción que más se ajusta a sus necesidades.

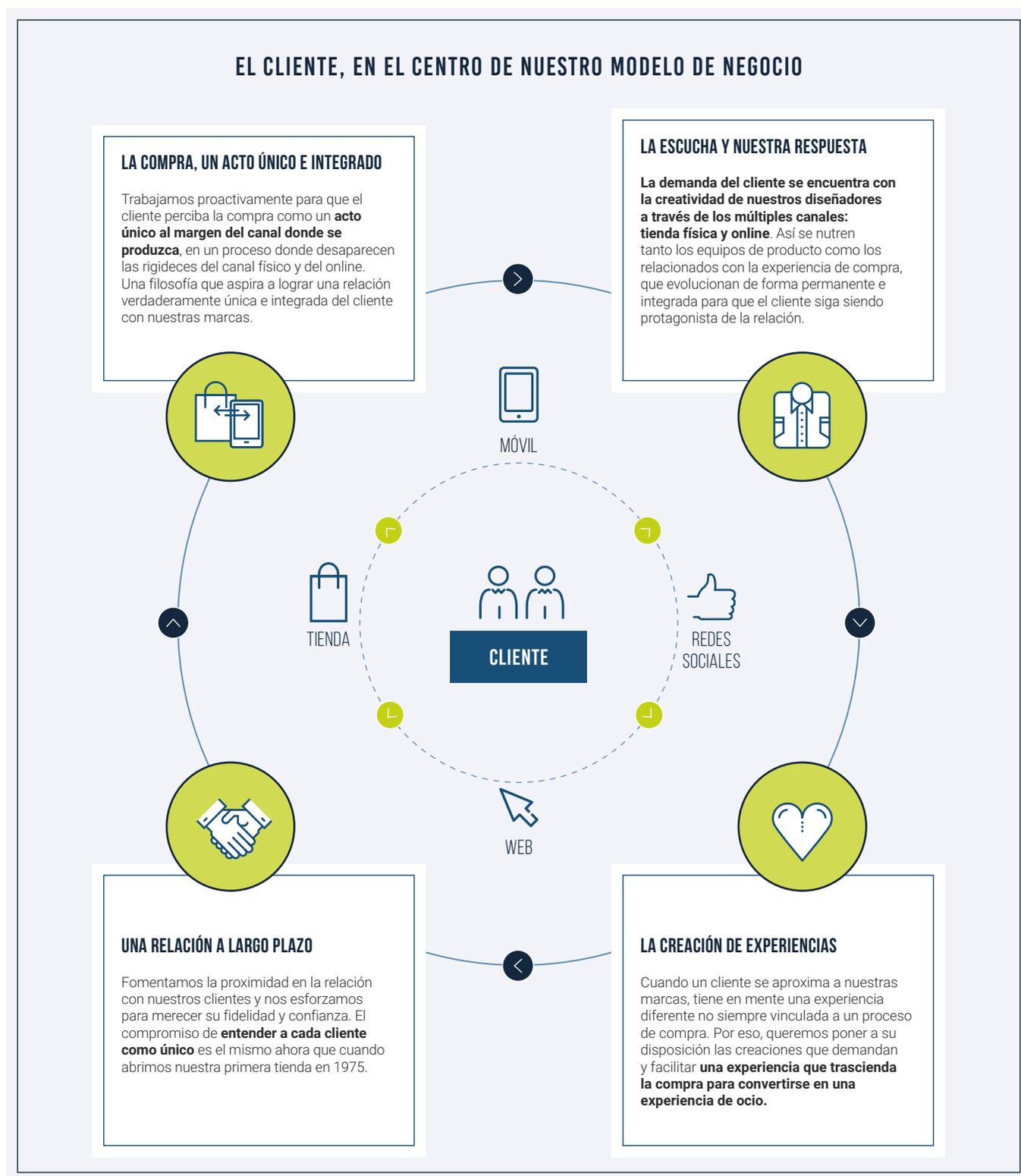
Esta plataforma integrada llegó a 18 nuevos mercados en 2019. Tras la incorporación de Brasil, Suráfrica, Colombia, Egipto, Marruecos, Indonesia, Serbia, Israel, Emiratos Árabes Unidos, Qatar, Bahréin, Arabia Saudí, Omán, Kuwait, Líbano, Jordania, Ucrania y Filipinas, los clientes de 66 mercados de todo el mundo ya disfrutaban de las ventajas de este sistema.

A ello hay que sumar el desarrollo de la plataforma global de las marcas del Grupo, que permite que los clientes de nuestras marcas puedan acceder a nuestras colecciones en aquellos lugares en los que no estamos presentes con nuestras tiendas físicas. El objetivo del Grupo es que todas las marcas estén disponibles en todo el mundo en 2020.

Como consecuencia del crecimiento de la venta online, las páginas web del Grupo registraron más de 4.000 millones de visitas, 1.000 millones más que en el ejercicio anterior. Cada día unos 11 millones de usuarios visitan alguna de las páginas de los diferentes formatos comerciales de Inditex.

En los últimos años hemos llevado a cabo una renovación casi completa de la superficie comercial tras actualizar la imagen del 98% de nuestras tiendas, apostando por tiendas cada vez más grandes en las que se puede consultar toda la colección al tiempo que se incorporan las últimas tecnologías, y servicio al cliente, además de los avances en el campo de la sostenibilidad.

En 2019, las marcas del Grupo siguieron trabajando en mejoras como el *Next-day delivery*, que ya funciona en los principales mercados de todo el mundo, además del *Same-Day delivery*, que ya disfrutaban nuestras clientes de ciudades como Nueva York, Madrid, París, Londres, Shanghái, Moscú o Sao Paulo. Por su parte, Zara ya cuenta con puntos automatizados para la entrega de pedidos online en una selección de 20 tiendas de todo el mundo.



Innovación en la experiencia de compra



Ser **capaces de adaptarnos de forma constante a las demandas de nuestros clientes y a los cambios del entorno** es uno de los principios básicos que ha guiado nuestra actividad.

Entendemos la **innovación** de manera **diferencial**. Aplicamos un modelo de **innovación abierto, flexible y descentralizado** en el que fomentamos que las personas que conforman Inditex, independientemente de su posición, participen en la identificación de necesidades y oportunidades del cliente y contribuyan al desarrollo de ideas que se transformen en soluciones prácticas. En Inditex buscamos constantemente nuevas formas

de afrontar los retos, cuestionándonos continuamente las formas tradicionales de hacer las cosas, buscando eficiencia e impacto positivo en todo lo que hacemos.

Este espíritu innovador está además impregnado del **ritmo y rapidez** que tanto caracterizan nuestro modelo de negocio. Así, la innovación en Inditex nace en cualquier área de la compañía y se materializa enseguida en distintos proyectos, que se afrontan de una forma práctica de forma muy temprana. Así pues, cada iniciativa innovadora se acompaña desde su origen con un enfoque pragmático, y se pone en marcha con uno o varios pilotos de los que extraer conocimiento y áreas de mejora.

Para desarrollar toda nuestra actividad de innovación, incorporamos las **metodologías de trabajo** más novedosas y eficientes, conjugando creatividad, talento, tecnología y un profundo conocimiento del sector. Y además **colaboramos con organizaciones, instituciones de investigación, proveedores, ONGs y otros actores** para garantizar que todas nuestras nuevas iniciativas innovadoras se conviertan en elementos de transformación para nosotros y para la industria.

Para conseguir que nuestras ventajas competitivas sean sostenibles en el largo plazo, en Inditex fundamentamos la innovación en **dos ejes principales**:

- El desarrollo de nuestro **modelo de economía circular** con iniciativas y proyectos concretos en cada fase de la cadena de valor.
- La aplicación de la **tecnología como eje transformador**: Tecnología que, debido a la complejidad del entorno en el que Inditex desarrolla su actividad, requiere competencias multidisciplinares en un amplio ramo de disciplinas científicas, clasificadas de acuerdo a la Nomenclatura Internacional de la Unesco para los campos de Ciencia y Tecnología y entre las que destacan las 16 categorías listadas a la derecha, entre otras.

TECNOLOGÍA COMO EJE TRANSFORMADOR

CÓDIGO UNESCO	DISCIPLINA CIENTÍFICA
1203	Ciencia de los ordenadores
1207	Investigación operativa
3326	Tecnología textil
3310	Tecnología industrial
1209	Estadística
3303	Ingeniería y Tecnología química
3305	Tecnología de la construcción
3308	Ingeniería y Tecnología del medio ambiente
3312	Tecnología de los materiales
2306	Química orgánica
2301	Química analítica
2391	Química ambiental
3214	Toxicología
5310	Economía internacional
6302	Sociología experimental
6307	Cambio y desarrollo social



EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN COMO MOTOR DE LA INNOVACIÓN

La aplicación de muchas de estas tecnologías va en un gran número de casos asociada al **tratamiento de la información** como herramienta para mejorar el proceso de **toma de decisiones**, tanto en rapidez como en solidez y para así maximizar los beneficios de la innovación.



HORIZONTE 2022: Transformación digital, integrada y sostenible

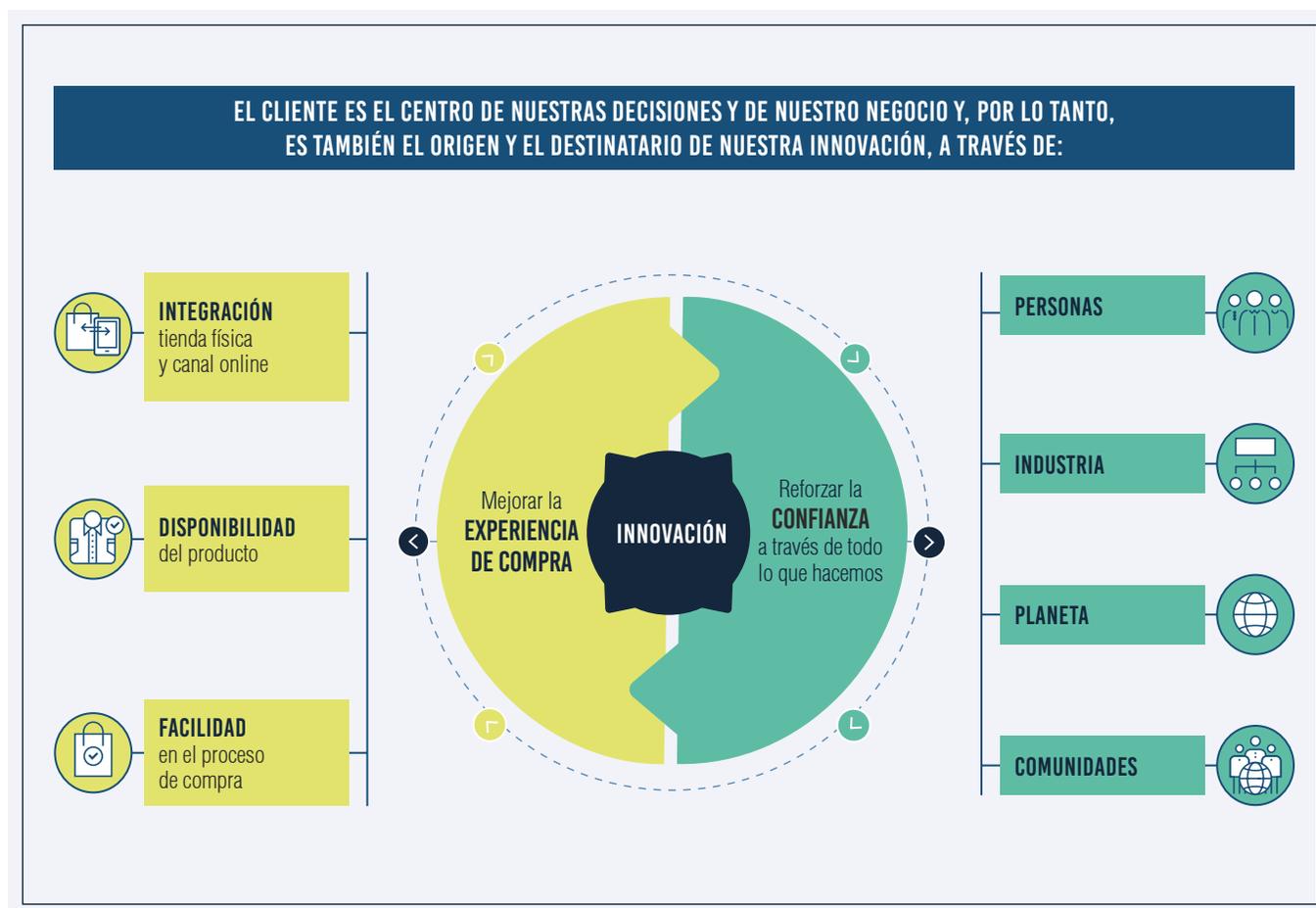
Para anticipar el futuro de Inditex y definir los retos en la transformación de la Compañía, hemos puesto en marcha el Plan 2020-2022, que prevé una inversión de 1.000 millones de euros para reforzar la apuesta por online y de 1.700 millones de euros más para las tiendas tecnológicamente integradas.

El plan permitirá la creación de una plataforma digital propia, plenamente adaptada a las necesidades de flexibilidad de nuestro modelo de negocio. Y definirá completamente nuestro concepto de tienda integrada, "cuyo futuro estará vinculado al servicio permanente al cliente allá donde se encuentre, en cualquier dispositivo, y en todo momento", en palabras del presidente Pablo Isla.

01/ Innovación centrada en el cliente

El cliente es el **centro de nuestras decisiones** y de nuestro negocio, y por lo tanto es también es el **origen y el destinatario de nuestra actividad innovadora**. Queremos escuchar y entender lo que nuestros clientes desean y esperan de nosotros. Consideramos que esta atención activa y constante de las necesidades de los clientes es la clave para innovar con éxito en los productos y en la **experiencia de compra** que ofrecemos.

Además, consideramos que nuestra innovación también debe garantizar que todas nuestras prácticas están alineadas con las expectativas del cliente en términos de eficiencia, sostenibilidad, salud y seguridad, protección de datos y privacidad, compromiso con la generación de impactos positivos en el entorno y contribución al bienestar de la sociedad, de modo que podamos responder, en todo momento, a la **confianza que depositan en nosotros**.



Mejorar la experiencia de compra

Utilizamos la innovación para dar respuesta a los retos que plantea ofrecer una experiencia de compra que cumpla con las **expectativas cada vez más exigentes y cambiantes**. En ese sentido, enfocamos nuestros esfuerzos de innovación en esta materia para mejorar los atributos o características que consideramos fundamentales para que nuestros clientes tengan una excelente experiencia de compra: integración, disponibilidad y facilidad.

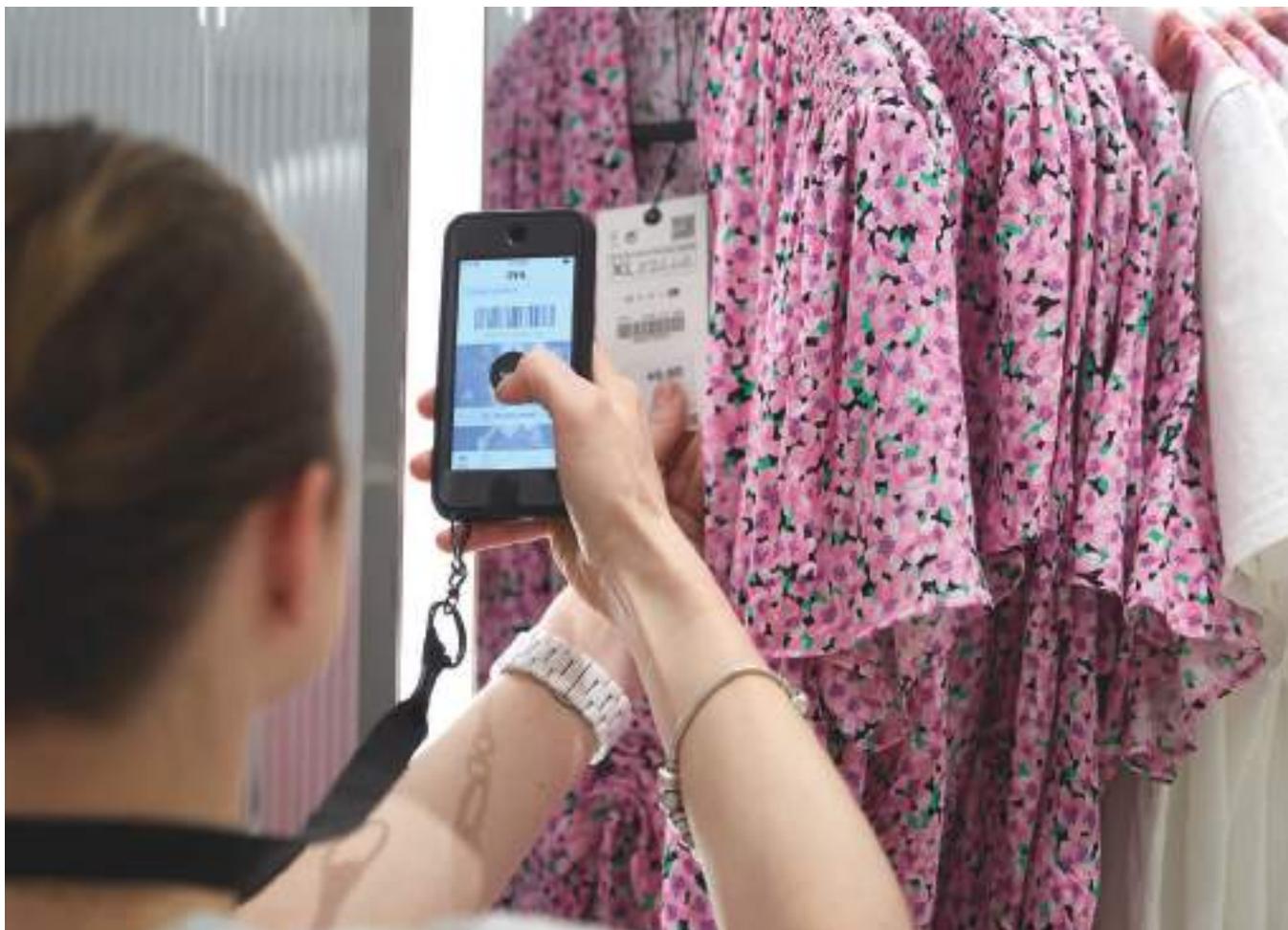
La innovación en este ámbito está orientada a conseguir que nuestros clientes experimenten una **de compra integrada entre la tienda física y el canal online**, consiguiendo no sólo una mera combinación de ambos canales sino una simbiosis y refuerzo mutuo de la experiencia de compra, mejorando la satisfacción del cliente.

En la base de este modelo de innovación se encuentra la denominada Inditex Open Platform (IOP), la base tecnológica propia sobre la que funcionan todas las operaciones digitales de la Compañía, ideada para adaptarse minuciosamente a todas ellas con calidad, precisión e inmediatez y que permite desarrollar soluciones únicas para tienda y online.

Partiendo del comercio electrónico, **la IOP se incorpora a todos los procesos vinculados, como inventarios, compras, distribución o pedidos**, lo que añade flexibilidad y, de forma muy importante, escalabilidad. Este aspecto es esencial para mantener la excelencia de servicio en momentos de tráfico elevado, como ocurre en época de rebajas, y es clave para el incremento previsto de las ventas online.

La plataforma, que comenzó a definirse en 2018 y ha ido confirmando su eficacia en diferentes fases, ya está activa en un 60%, y durante el plan 2020-2022 culminará su implantación. Se trata de una herramienta tecnológica avanzada y permite segmentar a través de microservicios las necesidades concretas de cada área, sin necesidad de modificar el conjunto.

La IOP nos permite además ofrecer una **experiencia de compra** integrada a nuestros clientes gracias al sistema de **gestión integrado del stock** de tienda y online, que optimiza las posibilidades de poder servir los productos de la forma más conveniente para ellos, con independencia de dónde se encuentren y de la ubicación física del stock en el momento de la venta.





INTEGRACIÓN

Fruto de la creciente digitalización de nuestros clientes, surge la demanda de poder llevar a cabo el proceso de compra de manera ubicua, interactuando de manera indistinta, transparente y consistente entre los diferentes canales de venta.

Esta **integración lógica del stock** conlleva la flexibilización e integración extrema del modelo logístico, en el que cada componente del mismo no tiene asignadas de manera estática un conjunto cerrado de funciones, sino que presentan una gran polivalencia y versatilidad. Esto les dota de la capacidad de adaptarse dinámicamente para dar respuesta a las demandas de nuestros clientes, estableciéndose entre los diferentes componentes, flujos dinámicos del stock, como por ejemplo, la realización de pedidos online desde tiendas y cualquier otra posibilidad que facilite que el artículo esté disponible lo antes posible para el cliente.

Para asegurar la **visión unificada del stock y su adecuado movimiento** entre los componentes del sistema ha sido necesario desarrollar nuevos sistemas de información que permiten el **procesamiento en tiempo real de los movimientos de los artículos** en todas las localizaciones donde se ubique el stock, tanto en los centros de distribución dotados de tecnología *Internet of Things*, como en las tiendas mediante tecnología RFID, así como

en la sede de nuestros proveedores logísticos, con los que existe una integración total.

Por último, el tratamiento unificado del stock también ha trasladado unos **requisitos altamente exigentes de capacidad, velocidad, eficiencia y escalabilidad a las infraestructuras logísticas** de los centros de distribución. Para ello, se han introducido innovaciones significativas en las diferentes áreas de los centros, como son el *multishuttle*, *hyperloop*, búferes dinámicos, inducciones robotizadas, paletizados aéreos y vehículos de guiado automático (AGVs), entre otros. El control de estas infraestructuras logísticas ha requerido la introducción de un cambio de paradigma en los sistemas de control gobernados por sistemas de gestión de almacenes (SGA), para disponer de una visión y control unificados del stock por ubicación. Ello también ha permitido preparar los repartos de manera ordenada, dinámica y consistente a los diferentes destinos donde se quiera ubicar el stock.

PROYECTOS		OBJETIVOS
STOCK INTEGRADO: "SINT"	Innovación que permite adaptar las funciones realizadas por las tiendas . De esta manera, además de atender la venta en local, las tiendas realizan la preparación de pedido de <i>e-commerce</i> . Atendiendo a las necesidades de nuestros clientes, las tiendas pueden integrarse dinámicamente con los almacenes para la realización de las diferentes fases de preparación de los pedidos (picking, preparación del artículo, packaging).	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento de la calidad del servicio ofrecido al cliente del canal online - Capacidad de adaptación a las necesidades de los clientes - Balance de las necesidades operativas de tiendas y centros de distribución
LAPA	Desarrollo de un lector de RFID de alta capacidad para la realización del inventario en tiendas con volúmenes elevados de artículos.	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminación de errores que pudiesen impactar en la gestión del stock integrado - Reducción de los tiempos para la realización de inventarios
XWMS	Este innovador sistema de gestión de almacenes es un elemento clave para dotar a nuestro modelo logístico de la flexibilidad y versatilidad necesaria para la gestión unificada del stock. Dotado de la más alta tecnología desarrollada internamente por Inditex, el XWMS es capaz de gestionar el reparto del stock integrado mixto (paquetería y prenda colgada), de una manera ordenada conforme a múltiples criterios (colección, SKU, etc.) a través de envíos cuya frecuencia es configurable para cada tienda en función de las necesidades de nuestros clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Potencia el rendimiento del stock integrado - Mayores niveles de servicio para nuestros clientes
PUNTO DE CONEXIÓN LOGÍSTICA DE LELYSTAD	Es el más claro exponente del nuevo paradigma de versatilidad y adaptabilidad requerida en los centros de distribución para abordar el reto de gestionar el stock integrado. El punto de conexión logística, ubicado en Países Bajos y concebido para operar completamente con el stock integrado, incorpora las últimas novedades en tecnología y automatización de las infraestructuras logísticas, en especial para la gestión de prenda colgada, así como el más avanzado sistema de gestión de almacenes que permite la gestión automatizada de los flujos de tráfico.	<ul style="list-style-type: none"> - Flexibilidad para el tratamiento del stock integrado - Alto rendimiento para dar respuesta al crecimiento del Grupo





DISPONIBILIDAD

Una experiencia de compra satisfactoria dependerá de que nuestros clientes tengan acceso al producto que desean, donde y cuando quieran a través de un proceso de compra sencillo, ágil y eficiente que satisfaga sus expectativas.

Poner a disposición de nuestro cliente los artículos que desea en el momento en que los necesita es uno de los principios fundamentales de nuestro modelo de negocio. Los **procesos de diseño, fabricación, almacenamiento, distribución y venta** deben funcionar de forma perfectamente coordinada y eficiente para conseguir ese objetivo con la máxima eficacia.

Para asegurar la disponibilidad en tiempo y forma de los artículos, desarrollamos **herramientas analíticas avanzadas** que nos permiten estimar la demanda de

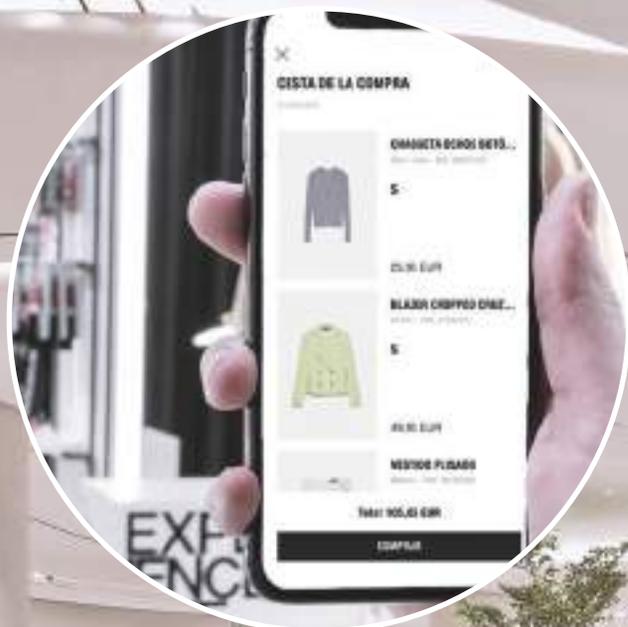
nuestros productos incorporando nuestro conocimiento sobre cambios de tendencia, la influencia de eventos externos y hábitos de consumo. De esta forma, aunando tecnología y conocimiento del negocio, tratamos de posicionar de forma óptima y eficiente, el stock mínimo necesario para realizar toda la venta en cada localización, tanto para la tienda física como para el canal online. De esta manera, contribuimos a reducir el stock mínimo necesario para satisfacer la necesidad de compra del cliente, **evitando excesos de producción y logrando un equilibrio sostenible de las unidades producidas.**

PROYECTOS	OBJETIVOS
<p>ESTIMACIÓN DE DEMANDA</p> <p>Con el objetivo de asegurar la disponibilidad de artículos para nuestros clientes, y a través de modelos de <i>machine learning</i>, determinamos el stock óptimo que debe tener cada punto de venta, tanto para artículos nuevos como para artículos a reponer. Las predicciones iniciales son posteriormente revisadas y contrastadas con los datos obtenidos en tiempo real y con el conocimiento del cliente de nuestros equipos comerciales, permitiendo ajustar la oferta y utilizando para ello sistemas de reparto continuo o de frecuencia variable en función de las necesidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejor adaptación a la demanda de artículos - Minimización de stock sobrante - Optimización de procesos de producción
<p>MOTOR ANALÍTICO DE ARTÍCULOS COMPARABLES</p> <p>Intentar anticipar la recepción comercial de nuestros artículos por nuestros clientes es un ejercicio especialmente complejo en el caso de las novedades, ya que es un tipo de artículo sujeto a una gran volatilidad y para el que no existen datos históricos de comportamiento en el que basar las estimaciones. En colaboración con el Massachusetts Institute of Technology (MIT), hemos desarrollado un motor analítico de búsqueda de artículos comparables basados en inteligencia artificial que nos permite estimar con elevada precisión el comportamiento de la demanda de los nuevos productos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejor previsión de demanda de artículos nuevos
<p>ESTIMACIÓN DE VOLÚMENES DE TRANSPORTE</p> <p>Para asegurar a nuestros clientes la disponibilidad de los artículos es necesario una adecuada planificación de los flujos de transporte. Nuestro modelo logístico requiere disponer de unas estimaciones precisas de las necesidades de transporte, que tome en consideración las características de los artículos a transportar, así como las de su embalaje. La utilización de la tecnología permite realizar estimaciones precisas de la volumetría requerida en función el mix de artículos que deberán ser transportados. Esta capacidad de predecir los volúmenes de transporte permite realizar una mejor planificación y optimizar la carga de los medios de transporte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de la disponibilidad de artículos en el largo plazo - Optimización de los flujos de transporte - Reducción de la huella de carbono las operaciones de transporte
<p>CORE ANALYTICS</p> <p>Plataforma desarrollada internamente por nuestros equipos, que realiza un análisis en tiempo real de los eventos de información generados por la plataforma de venta online y permite su explotación unificada, tanto para análisis, como para su publicación en las diferentes herramientas corporativas de reporte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación temprana de pain points (puntos de dolor) en el proceso de compra de nuestros clientes para la aplicación inmediata de medidas correctoras - Lecciones aprendidas como base para introducir mejoras en el proceso de compra



FACILIDAD

La facilidad en el proceso de compra es uno de los factores que más influye en el grado de satisfacción con la experiencia de compra de nuestros clientes.



DESCUBRIMIENTO

Escuchamos de forma activa los mensajes derivados de las búsquedas de los artículos tanto en las tiendas como en el canal online, y las tratamos mediante innovadores sistemas analíticos que nos permiten realizar propuestas de coordinación de producto que posibiliten satisfacer las necesidades de nuestros clientes y faciliten su toma de decisiones.



ELECCIÓN

Ayudamos a la localización de los artículos deseados de una manera intuitiva, mediante la coordinación del producto complementada con su geolocalización y su presentación virtualizada, tanto a través de la aplicación móvil del cliente, como a través del Ipod que utilizan nuestras personas en la tienda.



PRUEBA

Nos esforzamos en eliminar los tiempos de espera asociados a la **prueba de los artículos**, poniendo a disposición de nuestros clientes la reserva anticipada de probadores a través de la aplicación móvil o mediante un dispositivo en tienda. De esta manera, nuestro cliente puede seguir disfrutando de la experiencia de compra hasta que se le comunique mediante un mensaje la disponibilidad de un probador y pueda continuar con su proceso de compra.

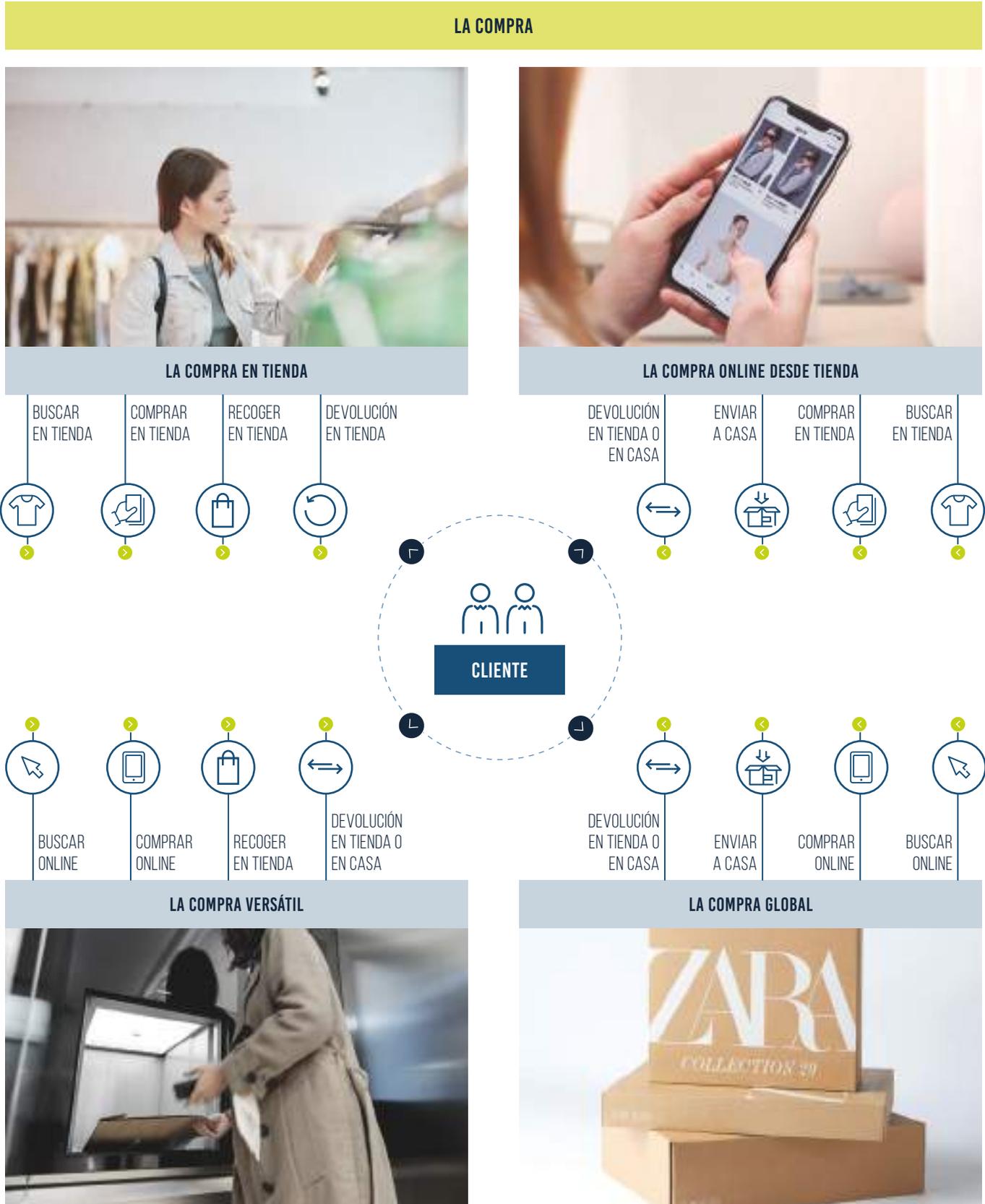
ADQUISICIÓN

En la **fase final de adquisición y pago**, innovamos para ofrecer alternativas que simplifiquen el proceso y minimicen los tiempos de espera de nuestros clientes:

- / Desarrollando sistemas predictivos que permiten reducir las colas de espera mediante una **configuración adaptativa del número de cajas** que ponemos a disposición de nuestros clientes, y la simplificación de los procedimientos y validaciones de los procesos de caja.
- / Ofreciendo **cajas de autopago (self checkout)** y de **pago en movilidad**, a nuestros clientes.
- / Optimizando al máximo la **navegabilidad y visibilidad de los artículos en la plataforma online**.
- / Generando **opciones que facilitan la recogida de los artículos en tienda**: avisamos a nuestros clientes mediante **mensaje de la disponibilidad del pedido**, realizamos una identificación acelerada del cliente y del pedido mediante la **utilización de códigos QR** y ofrecemos la posibilidad de **recogida del pedido en silos automatizados**.

Este **proceso global de acompañamiento** a nuestros clientes en el proceso de compra, que ha sido nuestro enfoque tradicional y alrededor del que se ha desarrollado el modelo de negocio, está potenciado actualmente, por la utilización de innovadores sistemas analíticos que permiten

procesar y analizar en tiempo real las interacciones que nuestros clientes tienen con nosotros, y, teniendo siempre como premisa el respeto a la privacidad, desarrollar procesos de compra sencillos adaptados según la evolución de los gustos y necesidades de nuestros clientes.



Refuerzo de la confianza de los clientes

En Inditex somos conscientes de que las expectativas de nuestros clientes no residen únicamente en la excelencia y en la calidad de los productos y del servicio integrado que les ofrecemos. Los consumidores demandan, además, tener la seguridad de que todas nuestras prácticas se llevan a cabo bajo **las más exigentes premisas de eficiencia, sostenibilidad, diversidad, responsabilidad, transparencia, compromiso y contribución con el bienestar social.**

Por ello nuestra innovación también tiene como eje primordial satisfacer esta dimensión de confianza, a través de proyectos que aplican la **voluntad constante de generar impactos positivos** en las personas que conformamos Inditex, en nuestra cadena de suministro, en el medioambiente y, en general, en todas las comunidades y entornos en los que estamos presentes.



PERSONAS

Sin duda alguna, el elemento clave para conseguir poner al servicio del cliente toda nuestra capacidad innovadora reside en las personas que formamos parte de Inditex.

Por este motivo y para garantizar que las personas sigan siendo una **fuentes de innovación constante**, ponemos el foco de nuestra gestión en ser **capaz** de llegar al talento más innovador, **desarrollando** diferentes estrategias para garantizar su desarrollo y crecimiento en el Grupo.

Para ello, innovamos en nuestra manera de atraer, formar y fomentar el desarrollo de nuestros empleados, enfocando cada talento en las tareas que más valor pueden aportar a la Compañía.



ATRACCIÓN DEL TALENTO

Innovamos en el desarrollo de nuevas iniciativas que nos permitan conocer a nuestros candidatos y **atraer el talento de una forma inclusiva y diversa**. A través de formatos e iniciativas creativas, nuestro objetivo es atraer el mejor talento y **relacionarnos con nuestros candidatos de manera diferente y original.**



RETRIBUCIÓN

Diseñamos sistemas retributivos que se adaptan continuamente a nuestros objetivos de negocio, **alineando a nuestras personas con los prioridades estratégicas de la compañía**. Este año, por ejemplo, se han incluido **objetivos relacionados con la sostenibilidad en la retribución variable.**



AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

Trabajamos de manera transversal en el desarrollo de nuevas técnicas de **automatización de los procesos más repetitivos**, que nos proporcionan una mayor agilidad y seguridad en las operaciones. Y permiten además que nuestras personas puedan centrarse en actividades de mayor valor y poner su talento a disposición de nuestros clientes.

FORMACIÓN Y DESARROLLO

Nuestra voluntad de mejorar la relación con el cliente nos impulsa a desarrollar **nuevas técnicas y herramientas encaminadas a la formación y al desarrollo de nuestras personas**, haciendo uso de técnicas de gamificación y de aplicaciones integradas y digitales.

ENGAGEMENT

Trabajamos para adaptar la comunicación de los temas más relevantes a nuestras personas, a través de **un estilo inmediato y cercano, ofreciéndoles formar parte de una comunidad digital profesional** en la que pueden conectar con otros compañeros.

PROYECTOS	OBJETIVOS
<p>INDITEX CAREERS</p> <p>Nuevo portal de empleo completamente orientado al candidato y volcado en transmitirle nuestros valores, nuestra filosofía de trabajo #morethanajob, los beneficios que ofrecemos a nuestros empleados al formar parte del Grupo y algunos consejos para preparar una entrevista.</p> <p>Nuestra web, disponible en 24 idiomas y que da servicio a todos los mercados donde operamos, es un fiel reflejo de la diversidad de nuestras personas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor accesibilidad para candidatos (Certificación Internacional de Accesibilidad Web WCAG con un nivel de conformidad AA) - Mayor conocimiento sobre la filosofía de trabajo y cómo es el día a día en Inditex
<p>DATA GO</p> <p>Iniciativa destinada al talento STEM en la que se propone, a modo de reto online, la elaboración de propuestas de solución a casos reales de negocio. Una oportunidad global, online y abierta en la que cualquier candidato puede demostrar tanto su capacidad técnica en Data Science como sus habilidades personales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor atracción de talento STEM - Posicionamiento del Grupo en la comunidad Tech
<p>LEAP&CO</p> <p>Aplicación móvil que visibiliza las oportunidades de crecimiento en tienda para todas nuestras personas, fomenta la autonomía de los <i>managers</i> para gestionar los planes de desarrollo de su equipo, promueve la transparencia para asegurar la igualdad de oportunidades en nuestras promociones internas, y proporciona un soporte de formación sostenible sin papel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor transparencia sobre las oportunidades de desarrollo en tienda - Optimización de los planes de desarrollo

Más información sobre nuestras personas en el capítulo Las personas, lo más importante en nuestra transformación a partir de la página 59 de esta Memoria Anual.



INDUSTRIA

Un eje fundamental para garantizar la confianza que los clientes depositan en nosotros lo constituye nuestro compromiso y voluntad para mejorar de forma continua la eficiencia de nuestros procesos y operaciones, así como las condiciones de trabajo de las personas en relación a nuestra actividad y en la del ecosistema que operamos.



En este sentido nuestro objetivo consiste en optimizar la tecnología, transparencia, procedimientos y estándares, que nos permiten garantizar el cumplimiento integrado y transversal de los exhaustivos **criterios sociales, ambientales y de seguridad y salud** de producto que hemos desarrollado.

Nuestro afán innovador y transformador no se limita únicamente a la optimización de nuestros propios sistemas y a mejorar las herramientas y metodologías de control de la cadena de suministro. **Nuestro enfoque diferencial**, de largo alcance, produce un **efecto de inducción y de fomento de la innovación** y la transformación en el seno de nuestros proveedores, que se ven incentivados a realizar esfuerzos de mejora continua para dar cumplimiento a nuestros exigentes estándares.

En un entorno globalizado y cambiante, uno de los mayores retos a los que se enfrentan las empresas hoy en día es lograr **trazar de manera inequívoca, quién, dónde y bajo qué condiciones** se fabrican todos los artículos comercializados. Este reto es especialmente complejo en la industria textil, que conlleva la fabricación de una gran cantidad de artículos muy heterogéneos entre sí, cada uno de los cuales requiere diferentes materias primas y su confección puede conllevar una gran cantidad de etapas, materiales o procesos diferentes que implican la interrelación de varios sectores. Por ello, nos esforzamos de manera continua en desarrollar las **aplicaciones, metodologías y sistemas** que nos permitan alcanzar ese objetivo.

Con una cadena de suministro global, dedicamos amplios esfuerzos en visibilizar cada uno de los actores que intervienen en nuestras producciones con el objetivo de

garantizar que todos cumplen los compromisos de Inditex en materia de sostenibilidad. A lo largo de los últimos años, en Inditex hemos trabajado para tener las herramientas y procesos que nos permitan identificar a todos los proveedores y fábricas que intervienen en la producción.

Hace más de una década desarrollamos internamente la primera plataforma digital de gestión de trazabilidad en la que todos nuestros proveedores informan de todas las fábricas y procesos involucradas en la realización de nuestros artículos.

Estamos en proceso de ampliar el alcance de la información que recogemos y verificamos, así como la tecnología y metodología utilizados. El objetivo es pasar del enfoque inicial sobre el producto terminado a la inclusión de todos los procesos intervinientes en la fabricación, hasta llegar a las materias primas.

En esta línea, trabajamos en el diseño de **avanzadas aplicaciones móviles** que persiguen recabar, documentar y evaluar la información precisa y adecuada en tiempo real, así como en el desarrollo de tecnologías que logren que dicha **información esté disponible para todos los actores de forma transparente y automática** (auditores, proveedores, equipos de sostenibilidad y compras) a través de la **integración de todos los sistemas y plataformas** implicadas. De esta forma, trabajamos continuamente con el objetivo de poder conseguir que la toma de decisiones sea más ágil, segura, operativa y digital.

Nuestro objetivo no es únicamente participar en los procesos de innovación que generan mejoras en procesos

e instalaciones de nuestra cadena de suministro. Nuestra ambición y nuestro compromiso es poner a disposición de las personas y las comunidades nuestro talento y nuestra capacidad de innovar y transformar y acompañarlos en el proceso. En este sentido, entre las diversas iniciativas que desarrollamos, se puede destacar nuestro **programa orientado a mejorar las condiciones de trabajo basado en la metodología Lean**, bajo un enfoque disruptivo, en el que el foco principal es poner al trabajador en el centro y la optimización de los procesos de producción es el vehículo para la mejora de sus condiciones laborales.

Más allá del ámbito laboral, también desarrollamos innovadoras iniciativas orientadas a la **mejora de la calidad de vida de los trabajadores**, promoviendo el uso de herramientas de banca móvil para la digitalización de salarios, fomentando y facilitando el uso de herramientas digitales para la comunicación familiar, entre otras. De forma inédita en el sector, realizamos **trabajos de investigación en ciencias sociales** para ahondar en las necesidades de los

trabajadores y colaborar con los proveedores en programas que permitan la mejora y el desarrollo de actuaciones que den respuesta a las necesidades detectadas.

i Más información sobre las iniciativas llevadas a cabo en materia de innovación para la mejora de la calidad de vida de los trabajadores de la cadena de suministro, ver apartado Gestión social de la cadena de suministro.

Consideramos que debemos innovar no sólo en los aspectos directamente relacionados con nuestra empresa y nuestro modelo de negocio, sino desde una **visión integral orientada al desarrollo de soluciones abiertas y compartidas** para lograr una transición sostenible y completa hacia la circularidad del sector textil, en su globalidad, incluyendo industrias, procesos y servicios auxiliares. Para lograrlo utilizamos un **enfoque abierto, proactivo y colaborador** con otros organismos, como tractor de impacto positivo, buscando la adopción generalizada en la industria de las mejores prácticas sostenibles.

PROYECTOS	OBJETIVOS
<p>GESTIÓN DE LA TRAZABILIDAD</p>	<p>Gestionamos la sostenibilidad plena de toda la cadena de suministro desde un enfoque completamente disruptivo, tanto por la amplitud de su alcance (buscando identificar y detallar incluso el origen de la fibra con la que se fabrican nuestros productos) como por su concepción holística, que aúna la recogida y la verificación de información relativa a aspectos sociales, ambientales y de seguridad y salud de producto de manera integrada. Para poder materializar e implantar este enfoque se están desarrollando potentes herramientas tecnológicas que nos permitan recabar los datos necesarios, facilitar su verificación y transformarlos en información estructurada que se integra de manera efectiva en los sistemas de todos los actores implicados (auditores, proveedores, equipos de sostenibilidad y compras) a través de la integración de todos los sistemas y plataformas implicadas, permitiendo una gestión y evaluación dinámica y efectiva.</p>
<p>EVOLUCIÓN DIGITAL FINANCIERA</p>	<p>Desarrollo de un avanzado portal de facturación electrónica, cuyo objetivo es proporcionar mayor visibilidad a los proveedores sobre la situación del producto enviado, ganar eficiencia en la gestión de la documentación, automatizando y digitalizando todos los procesos relacionados con la gestión y el pago de facturas y posibilitando el apoyo financiero a proveedores.</p>

- Más y mejor información para la toma de decisiones
- Mayor disponibilidad de la información con diversos fines

- Mejora de liquidez de cadena de suministro por la posibilidad de acceso a financiación
- Mejor visibilidad y gestión en tiempo real



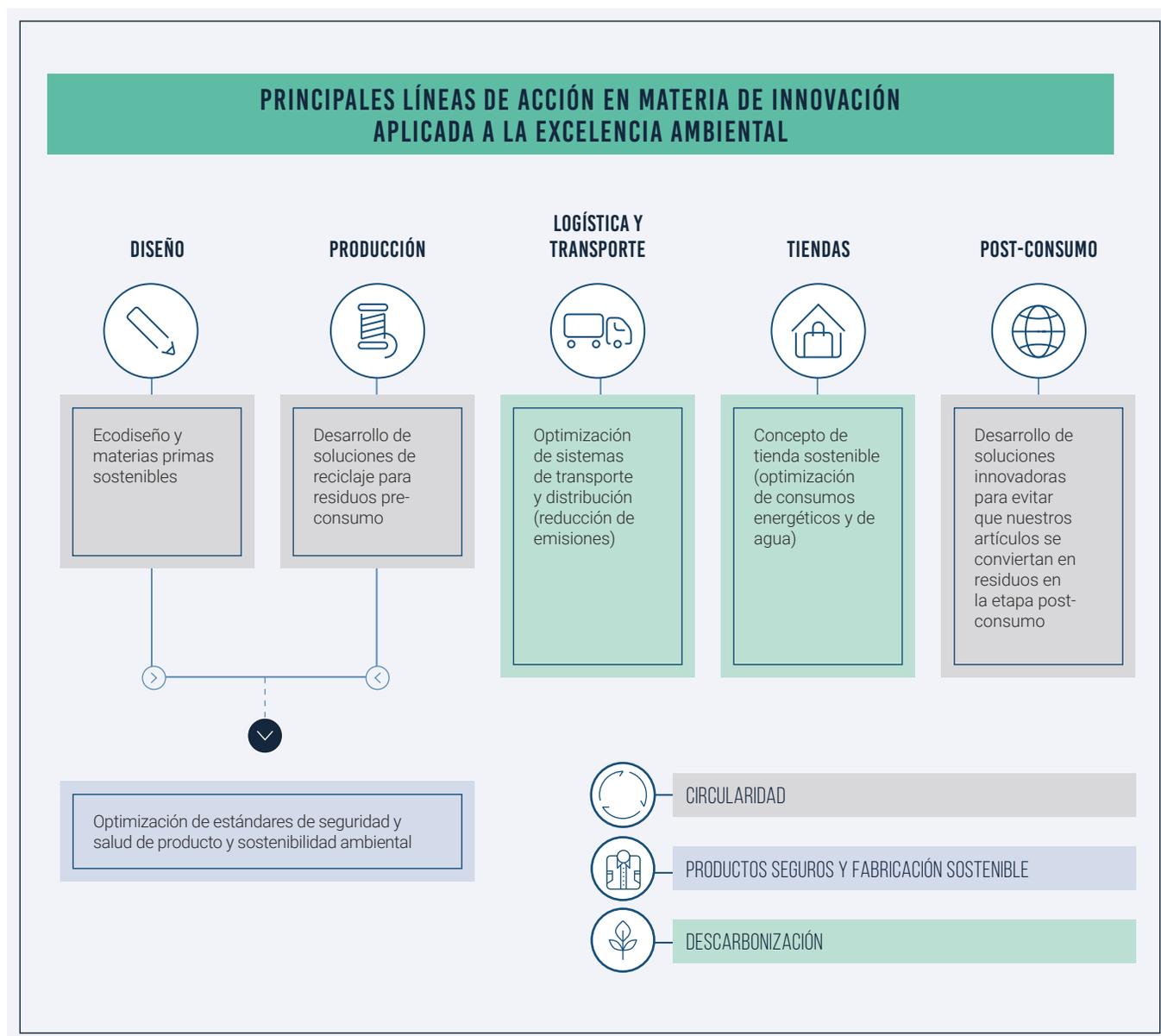


PLANETA

En Inditex apostamos por fomentar y liderar iniciativas de innovación que contribuyan a la excelencia ambiental en todas sus dimensiones y al fomento de la circularidad: minimización de residuos (residuo cero), reciclaje textil (upcycling), prevención de la contaminación (productos y procesos libres de sustancias tóxicas) y lucha contra el cambio climático (descarbonización y uso eficiente de los recursos).

Consideramos que debemos innovar no sólo en los aspectos directamente relacionados con nuestra empresa y nuestro modelo de negocio, sino desde una visión integral orientada **al desarrollo de soluciones abiertas y compartidas** para lograr una transición sostenible y completa hacia la circularidad del sector textil, en su globalidad, incluyendo industrias, procesos y servicios auxiliares.

Para lograrlo utilizamos un **enfoque abierto, proactivo y colaborador** con otros organismos, como tractor de impacto positivo, buscando la adopción generalizada en el sector de las mejores prácticas sostenibles.





Circularidad

Ponemos el foco en el desarrollo de nuevas soluciones para conseguir el objetivo de la desaparición de los residuos que producimos. Abordamos este ambicioso reto desde tres enfoques paralelos y complementarios.

Nuestro objetivo de residuo cero no se limita únicamente al ámbito textil. Del mismo modo abordamos el compromiso de transformación global hacia el objetivo de la generación del resto de residuos de embalaje, transporte así como en nuestras tiendas, centros logísticos y sedes.

 Más información en la sección de Circularidad del capítulo Enfoque sostenible global y transversal en la página 175 de esta Memoria Anual.



ECODISEÑO Y MATERIAS PRIMAS SOSTENIBLES

La innovación está presente desde el primer momento de conceptualización de nuestros artículos, con especial hincapié en la búsqueda y desarrollo constante de nuevas materias primas y fibras más sostenibles. En esta línea hemos puesto en marcha la iniciativa **Sustainable Innovation Hub** que consiste en una plataforma de innovación abierta basada en la vigilancia tecnológica colaborativa en la que los **ámbitos clave estratégicos** son:

- / Circularidad de la materia prima.
- / Mejora de la disponibilidad de las materias primas sostenibles.
- / Trazabilidad de las mismas.
- / Origen renovable.
- / Desarrollo de nuevas tecnologías y materiales más sostenibles que minimicen las necesidades de agua, energía y uso de productos químicos.

Esta plataforma nos permitirá seleccionar aquellas iniciativas que tengan la madurez tecnológica suficiente para evaluar su eficacia mediante pruebas piloto, con el propósito de extender los resultados exitosos a la fase comercial y a la industria en general.



DESARROLLO DE SOLUCIONES PARA LOS RESIDUOS PRE-CONSUMO

Se han puesto en marcha dos innovadores **circuitos de reciclaje** de residuo pre-consumo:

- / Residuo de corte de nuestras fábricas.
- / Segundas calidades no comercializables de nuestros proveedores.

Para el primer circuito se han desarrollado los sistemas que permiten la recogida de estos residuos, su clasificación y su deconstrucción en fibra para la **fabricación de nuevas prendas**. Para el segundo se han desarrollado circuitos de recogida para aquellas prendas fabricadas por nuestros proveedores y que no pueden comercializarse por no cumplir con los requisitos de calidad de Inditex. Dichas prendas se clasifican, por composición por ejemplo, para luego **reciclarlas o donarlas** en su caso, dotándolas de una utilidad y evitando que vayan a vertedero.



INVESTIGACIÓN EN RECICLAJE Y NUEVAS FIBRAS

Hemos innovado con el establecimiento de nuestro **programa Closing the Loop** para la recogida de prendas y colaboramos con prestigiosas entidades, como el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) o Cáritas, entre otras, para avanzar en procesos y tecnologías de **reciclaje textil físico y químico** que permitan desarrollar una nueva vida para nuestros productos una vez que dejan de ser útiles para nuestros clientes.

PROYECTOS

PROGRAMAS FED

Participamos en programas FED (*Farmer Engagement and Development*) con la **Organic Cotton Accelerator (OCA) en India, haciendo del cultivo orgánico del algodón una alternativa viable y sostenible para los agricultores, mejorando a la vez sus condiciones sociolaborales.** A través de esta iniciativa, que ha tenido impacto directo en más de 5.000 agricultores y sus familias, estamos ayudando a crear un mercado seguro para este colectivo, fomentando el cultivo de algodón orgánico gracias a una mejora de rentabilidad y asegurando la transparencia y el origen desde el mismo momento de la siembra.

GREEN TO PACK

Proyecto transversal orientado al desarrollo de nuevas soluciones y operativas de **embalaje que optimicen la utilización de recursos, fomenten el uso de materiales reciclados y permitan la reutilización y el incremento de la vida útil de los materiales utilizados.** Además de mejoras desde el punto de vista ambiental se han conseguido una mejor trazabilidad y un menor número de incidencias relacionadas con el embalaje.

PERCHA ÚNICA

A través del diseño de un único concepto de percha, válido para todo el proceso, desde la fabricación, pasando por el transporte de los proveedores textiles a las tiendas y hasta la exposición en tienda se ha optimizado el consumo de materiales y la generación de residuos. Además, se han desarrollado técnicas de reciclaje para su reutilización posterior en la fabricación de tapones de perfume, contribuyendo al objetivo de residuo cero.

OBJETIVOS

- Mejora de condiciones sociolaborales de agricultores
- Solución al problema de escasez actual de esta materia prima
- Control de la trazabilidad

- Menor consumo de recursos
- Mayor uso de materiales reciclados
- Fomento de la reutilización
- Mayor calidad y trazabilidad

- Menor consumo de recursos
- Menor generación de residuos
- Fomento del reciclaje y la reutilización



Productos seguros y fabricación sostenible

Que nuestros **productos sean saludables y seguros para nuestros clientes** y que los procesos de fabricación estén libres de sustancias tóxicas y fabricados de manera sostenible, en línea con el **compromiso Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)** son dos de nuestras prioridades más esenciales. Ambos objetivos están directamente relacionados y vinculados y solo pueden ser conseguidos a través de la investigación y la innovación.

Para lograrlo hemos desarrollado **pioneros y revolucionarios programas de investigación**, inéditos en el sector, encaminados a una mayor comprensión de las características, tanto de las sustancias susceptibles de estar presentes en la producción,

como de los productos químicos comerciales utilizados a lo largo de toda la cadena de fabricación. Estas iniciativas, de marcado carácter científico, abarcan de forma abierta todos los químicos y sustancias presentes en los procesos involucrados en la industria textil en general, y no sólo en las operaciones de nuestra cadena de producción.

Los conocimientos que se generan en estos programas, junto a nuestro profundo conocimiento de la cadena de suministro, nos permiten **optimizar nuestros avanzados estándares de seguridad y salud de producto y sostenibilidad ambiental**. Para asegurar su cumplimiento también es necesario innovar de manera continua en varias dimensiones.



Más información en la sección de Salud y Seguridad de Producto del capítulo Enfoque sostenible global y transversal en la página 152 de esta Memoria Anual.

PROYECTOS

THE LIST, BY INDITEX

Revolucionario programa de investigación realizado en colaboración con la industria química, que está **permitiendo inventariar y clasificar de manera objetiva y pública los productos químicos comerciales utilizados en los procesos de fabricación**. Y no solo teniendo en cuenta el proceso de producción, sino también la cadena de suministro. Inicialmente se abordó este programa bajo la perspectiva de determinación de la presencia de sustancias prohibidas en los productos, su **alcance sigue aumentando** y en la actualidad se están estudiando los productos desde una visión más holística que **incluye criterios como contribución al ahorro del agua, energía y de materiales y a la vida final de los artículos**.

OBJETIVOS

- Mayor información sobre productos químicos utilizados en procesos de fabricación
- Fomento de uso de productos cuya evaluación es más positiva en términos de seguridad y sostenibilidad
- Promoción de la innovación en el sector químico



OPTIMIZACIÓN DE ESTÁNDARES DE SEGURIDAD Y SALUD DE PRODUCTO Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

ALIANZAS PARA LA INVESTIGACIÓN INDUSTRIAL COLABORATIVA CON EMPRESAS DE REFERENCIA

Hemos comenzado a desarrollar alianzas industriales pioneras en el sector encaminadas a la innovación e I+D de nuevas sustancias y productos químicos y de nuevas tecnologías y procesos de fabricación alternativos y más sostenibles (*Sustainable Chemistries* y *Sustainable Manufacturing Technologies* respectivamente)

 Ver Caso de Estudio Detergente Industrial

ACOMPañAMIENTO DE NUESTROS PROVEEDORES EN LA INNOVACIÓN NECESARIA PARA SU TRANSFORMACIÓN SOSTENIBLE

En esta línea aplicamos nuestro profundo conocimiento de los procesos productivos y los resultados de nuestras actividades de I+D para la generación de **Manuales de Buenas Prácticas** que ponemos a disposición del sector.

También hemos puesto en marcha un programa de transferencia de tecnología (TMTA, *Taylormade Technical Assistance*) en el cual diseñamos soluciones a medida para inducir la innovación de nuestros proveedores y acompañarles en la transformación de sus procesos.

Paralelamente, trabajamos en el continuo desarrollo de **nuevas técnicas de química analítica más rápidas y eficaces, adaptadas a la enorme complejidad y heterogeneidad** de la ingente cantidad de muestras que debemos analizar, así como en el desarrollo de nuevos kits y dispositivos miniaturizados móviles que permiten análisis rápidos in situ, garantizando la salud y seguridad de los productos y permitiendo la toma de decisiones temprana y eficaz.

A su vez, **desarrollamos disruptivos sistemas de análisis estadístico de datos y resultados** para una mejora continua de los programas de control y para el diseño de herramientas que permitan predecir riesgos y actuar antes de que se produzcan. Utilizamos todo el conocimiento generado para diseñar y proponer alternativas y nuevos sistemas productivos que garanticen a nuestros consumidores que nuestros productos son completamente seguros y han sido fabricados en un entorno libre de la presencia y el vertido de sustancias peligrosas.

CASO DE ESTUDIO

Reducción del consumo de agua por uso de nuevo detergente en lavado industrial.

/ Gracias a la innovadora aproximación industrial de la alianza con BASF, uno de los líderes mundiales de la industria química, se ha identificado y corroborado el enorme potencial positivo de un **nuevo ingrediente de detergencia que reduce notablemente el consumo de agua, energía y tiempo de fabricación** en los procesos de lavado de la tintura y de estampación con colorantes reactivos.

/ Gracias al uso de ingredientes incluidos en la formulación de detergentes de uso doméstico en el primer lavado de reactivos se produce un **ahorro de hasta cuatro baños de lavado industriales (*)**:

1 

2 

3 

4 

5 

TINTURA REACTIVOS
JABONADOS
NEUTRALIZADO
ACABADO
CONFECIÓN

PROCESO CONVENCIONAL DE TINTURA DE REACTIVOS		
PROCESO SOSTENIBLE DE TINTURA POR AGOTAMIENTO CON REACTIVOS		

MEJORAS



AHORROS



POTENCIAL DE AHORRO DE AGUA AL AÑO

/ 25 - 40% consumo de agua

/ 40 - 60% emisiones CO₂

/ (0,5%)-10% coste de producción

/ Desprendimiento microfibras

/ Durabilidad

/ 25 - 40% productividad

+3.500 LITROS

(*) Mejora limitada a los consumos del proceso de lavado: etapas 2 y 3 de la infografía. Cada gota representa un ciclo de lavado.



Descarbonización

Adicionalmente al enfoque innovador de los sistemas de producción textil, aplicamos soluciones innovadoras para garantizar que todas las complejas operativas que consiguen poner a disposición de nuestros clientes los artículos se realizan bajo las premisas **de uso eficiente de los recursos y descarbonización**.

Con el objetivo de reducir las emisiones derivadas de los procesos de transporte, se **colabora activamente con otras organizaciones** para el diseño y desarrollo de innovadores contenedores multimodales, adaptados a nuestro modelo de negocio. Algunos de estos nuevos diseños han sido objeto de patente.

También trabajamos de manera continua en nuevos enfoques encaminados a optimizar y **mejorar nuestro concepto de tienda sostenible**, con un enfoque holístico integral. En Inditex somos pioneros en el desarrollo de sistemas de gestión y control de consumos energéticos de nuestras tiendas, a través del desarrollo de herramientas que nos permiten monitorizar y conocer en tiempo real y de manera centralizada los datos de consumo energético de todas nuestras tiendas. Estos sistemas nos permiten una gestión inmediata y centralizada de la energía y la posibilidad de realizar acciones inmediatas de actuación remota sin necesidad de desplazamientos o intervención física.



Más información en la sección de Descarbonización del capítulo Enfoque sostenible global y transversal en la página 160 de esta Memoria Anual.

PROYECTOS

GESTIÓN DE CONSUMOS ENERGÉTICOS

Para la monitorización continua en tiempo real de los consumos energéticos de las tiendas se ha puesto en marcha un **Centro de Control Energético** que recoge la **información sobre consumos eléctricos en tienda** (iluminación interior y de fachada, escaparates, aire y pantallas de marketing dinámico) y **permite la gestión en remoto de horarios de encendido y apagado**. Además permite recibir alertas y gestionar determinadas incidencias también en remoto. Este centro monitoriza los ahorros en consumo y en costes favoreciendo una mejor toma de decisiones que redundan en una mejor gestión de los consumos energéticos.

OBJETIVOS

- Gestión de consumos en remoto y en tiempo real.
- Centralización de la gestión
- Optimización de consumos energéticos





COMUNIDADES

Para la materialización de nuestro programa de inversión en la comunidad, establecemos criterios de innovación social en la selección de las iniciativas que financiamos, priorizando nuevos enfoques y formas diferentes de afrontar y dar solución a las necesidades sociales. Los proyectos que apoyamos deben ser más eficaces y sostenibles que los que se hubiesen realizado hasta el momento.

A su vez, aplicamos un enfoque innovador para el diseño de nuestro modelo de inversión en la comunidad, **priorizando y seleccionando las iniciativas más disruptivas** que contribuyan a la mejora global del bienestar de las comunidades donde estamos presentes. En esta línea, invertimos en proyectos de investigación sobre nuevas enfermedades, desarrollo de nuevos protocolos de atención médica, mejora en la provisión de agua y saneamiento en países en vías de desarrollo o proyectos de investigación en el campo de la educación y la economía social.

Además, desarrollamos metodologías, sistemas y métricas que nos permitan analizar y cuantificar los efectos positivos que se producen en los beneficiarios de los proyectos desarrollados, tanto desde una perspectiva de profundidad como de tipo de impacto.

 Más información en el capítulo Trabajando por La Comunidad en la página 221 de esta Memoria Anual.

PROYECTOS	OBJETIVOS
<p>FOR&FROM</p> <p>Programa de integración sociolaboral de personas con discapacidad física, intelectual y psíquica a partir de la creación de una red de tiendas gestionadas por entidades sin ánimo de lucro expertas en discapacidad. Tras una donación inicial por parte de Inditex para la puesta en marcha de la tienda, el Programa for&from se financia por sí mismo a partir de la venta a precios reducidos de productos de campañas anteriores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Empleo de calidad para personas con discapacidad - Autonomía financiera de la iniciativa
<p>WATER.ORG</p> <p>Colaboración con Water.org para el desarrollo de nuevas soluciones que faciliten el acceso a agua potable y saneamiento de personas con recursos escasos mediante dos vías complementarias: a través de la potenciación de un innovador sistema de provisión de microcréditos a mujeres de bajos ingresos en países en vías de desarrollo y mediante el establecimiento de una reserva de fondos para la investigación y el desarrollo de nuevos métodos para combatir la crisis del agua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de condiciones de salud de más de un millón de personas en Bangladés, Camboya e India
<p>EVERY MOTHER COUNTS</p> <p>Proyecto diseñado para contribuir a frenar el número de muertes de mujeres y niños que se producen por causas relacionadas con la gestación que podrían evitarse mediante el desarrollo de programas preventivos adecuados. El proyecto consiste en el desarrollo de nuevas iniciativas encaminadas a la sensibilización y al desarrollo de nuevos protocolos de atención médica que permitan reducir drásticamente esta problemática.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de condiciones de salud de mujeres embarazadas en Bangladés y Estados Unidos



Una relación de confianza

Respuesta a nuestros clientes

En Inditex creemos que una experiencia de compra satisfactoria no termina en el momento de la venta. Por ello, buscamos una relación fluida, basada en la confianza, con nuestros clientes. Con este objetivo, formamos a nuestros equipos en el conocimiento del producto, los procesos de tienda, la orientación al cliente, el respeto a la diversidad y la inclusión.

Los perfiles de nuestras marcas en redes sociales son uno de los canales donde se produce una mayor interacción con los clientes. A través de ellos, los equipos de nuestras

marcas comunican las novedades, las campañas o los editoriales que reflejan las nuevas tendencias presentes en nuestras colecciones. En 2019, estos perfiles han seguido sumando seguidores, hasta superar los 175 millones (un 22% más que a finales del ejercicio anterior).

A través de estos canales, junto con las peticiones a través del teléfono, el correo electrónico, el chat de cada marca o WhatsApp, Inditex recibió más de 30 millones de contactos de clientes de todo el mundo. De todas ellas, nuestros equipos consiguieron un nivel de servicio del 95%.

RESPUESTA A NUESTROS CLIENTES EN 2019

	Nº CONTACTOS	NIVEL DE SERVICIO	Nº SERVICIOS ATENDIDOS
ZARA	21.559.476	97%	20.912.691
PULL & BEAR	1.820.713	86%	1.565.813
MASSIMO DUTTI	2.010.181	93%	1.869.468
BERSHKA	1.161.875	92%	1.068.925
STRADIVARIUS	1.212.346	71%	860.766
OYSHO	889.846	99%	881.214
ZARA HOME	1.368.310	93%	1.278.275
UTERQÜE	90.635	85%	76.904
TOTAL	30.100.931	95%	28.514.056

PRINCIPALES REDES SOCIALES DE NUESTRAS CADENAS POR NÚMERO DE SEGUIDORES

	INSTAGRAM	FACEBOOK	TWITTER	WEITAO	WECHAT	OTROS	TOTAL
ZARA	38.800.000	27.900.000	1.415.201	19.830.000	2.700.000	5.666.729	96.311.930
PULL & BEAR	6.700.000	7.100.000	375.408	-	297.354	330.502	14.803.264
MASSIMO DUTTI	2.325.663	4.252.307	80.636	3.860.000	256.003	317.740	11.092.349
BERSHKA	8.600.000	11.500.000	451.000	-	334.000	2.621.311	23.506.311
OYSHO	2.123.383	3.345.481	116.558	3.549.128	133.605	215.106	9.483.261
STRADIVARIUS	6.700.000	5.900.000	247.000	-	806	159.339	13.007.145
ZARA HOME	5.493.468	2.444.817	83.291	168.000	102.736	205.483	8.497.795
UTERQÜE	623.000	322.400	19.100	170.000	16.300	24.950	1.175.750
TOTALES	71.365.514	62.765.005	2.788.194	27.577.128	3.840.804	9.541.160	177.877.805

Seguridad de la información, protección de datos y privacidad

La tecnología facilita la consecución de una relación única con las marcas y que el cliente tenga a su disposición canales de venta que le permitan interactuar con estas y satisfacer sus demandas en cualquier momento. Esta experiencia de compra debe garantizar los máximos estándares de protección sin importar el canal.

Para la consecución de estos objetivos, la Compañía, asigna la máxima prioridad a la protección de la información y a la disponibilidad de todos los procesos que dan soporte a estos canales.

Este compromiso, ha quedado renovado con la aprobación, por parte del Consejo de Administración, de la actualización de la Política de Seguridad de la Información en su sesión del 10 de diciembre de 2019. Esta Política, establece los principios y directrices con los que Inditex protegerá su información de conformidad con la normativa aplicable y con sus valores éticos, así como con lo previsto en el Reglamento del Comité de Seguridad de la Información, que también ha sido actualizado a lo largo del año 2019.

Conscientes de la importancia de continuar con un proceso de mejora continua del modelo de gestión de Seguridad de la Información, el Grupo continúa realizando inversiones para disponer de tecnologías y controles que permitan la consecución de estos objetivos a través de la labor realizada desde el Departamento de Seguridad de la Información con la supervisión del Comité de Seguridad de la Información.

Además de la continuación de proyectos iniciados en años anteriores para la protección del canal de venta presencial, incluyendo el despliegue de equipamiento específico en las tiendas, programas y procedimientos de control, también se ha profundizado en iniciativas para proteger y poner a prueba la resiliencia de los canales de venta online, así como del resto de procesos soporte de estos canales. Como novedad, durante el año 2019 se ha puesto en marcha un programa de recompensas privado para la identificación de posibles mejoras en nuestros canales online.

Como garantía de este compromiso, se ha renovado el certificado ISO 27001, estándar internacional de seguridad de la información, la acreditación sobre la seguridad de los

medios de pago PCI DSS (*Payment Card Industry – Data Security Standard*) y además de la realización de diversos controles y auditorías, tanto internas como externas.

Desde el punto de vista de protección de datos y privacidad, también estamos centrados en nuestros clientes. La Privacidad es uno de los principales valores de Inditex. Fomentamos la innovación, la participación y la creatividad de nuestros empleados, sobre la base del cumplimiento de las normativas de protección de datos y privacidad.

De este modo, todos los proyectos que nacen con el objetivo de mejorar la experiencia de compra del cliente y que conllevan el tratamiento de datos personales, nacen con la privacidad incorporada desde su diseño y por defecto, con el objetivo de que los datos personales de nuestros clientes y empleados estén protegidos de conformidad con las normativas aplicables y con los estándares internos adoptados por Inditex.

En este sentido, en junio de 2019 se llevó a cabo, por parte del Consejo de Administración, la aprobación de la Política de Cumplimiento en Materia de Protección de Datos Personales y Privacidad, en la que se establecen los principios y los compromisos que la compañía aplica para (i) asegurar el cumplimiento de las regulaciones en materia de protección de datos y privacidad en todas jurisdicciones donde desarrolla su actividad y (ii) garantizar los derechos y libertades de todos los interesados (clientes, usuarios, empleados, etc.).

Igualmente, seguimos trabajando para favorecer la transparencia e información sobre el uso de los datos personales de nuestros clientes, alineando nuestras políticas y procedimientos en materia de privacidad y protección de datos a las exigencias y derechos contemplados en el Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (RGPD).

Llevamos a cabo una mejora continua de su modelo de gestión de la seguridad de la información y la protección de datos y privacidad, a través de la labor de los Departamentos de Seguridad de la Información y Protección de Datos y Privacidad, así como con la supervisión del Comité de Seguridad y la Delegada de Protección de Datos (DPO) global del Grupo.