

Estado de Información no Financiera del Grupo Inditex

Ejercicio Social 2020

INDITEX

Índice

| | |
|--|-----------|
| 1. INDITEX EN 2020 | 7 |
| 1.1. Hitos 2020 | 8 |
| 1.2. Modelo de negocio sostenible | 12 |
| a) Diseño | 14 |
| b) Fabricación y aprovisionamiento | 14 |
| c) Logística y distribución | 14 |
| d) Tiendas/ <i>Online</i> | 14 |
| LÍNEAS DE ACTUACIÓN PARA SER UNA EMPRESA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE | 17 |
| Nuestra visión de la sostenibilidad | 18 |
| Contribución al Desarrollo Sostenible | 22 |
| Análisis de materialidad | 23 |
| 2. PROTEGER | 29 |
| 2.1. Respuesta a los desafíos globales derivados de la covid-19 | 30 |
| 2.1.1. Salud, seguridad y bienestar de nuestras personas | 30 |
| a) Cuidado de nuestras personas frente a la covid-19 | 30 |
| b) Protección de la seguridad y salud | 32 |
| c) Indicadores de seguridad y salud | 34 |
| 2.1.2. Protección de los trabajadores de la cadena de suministro | 37 |
| a) La salud, en primer lugar | 38 |
| b) Proteger a las personas | 40 |
| c) Respuesta económica y recuperación | 41 |
| d) Colaboración multilateral | 41 |
| 2.1.3. Espacio de venta | 43 |
| 2.2. Empleo | 44 |
| 2.2.1. Introducción | 44 |
| 2.2.2. Distribución de la plantilla por tipo de contrato | 44 |
| 2.2.3. Distribución de la plantilla por tipo de jornada | 46 |
| 2.2.4. Bajas | 46 |
| 2.3. Relaciones sociales | 47 |
| 2.3.1. Organización del trabajo | 49 |
| 2.4. Orientación al cliente | 50 |
| 2.4.1. Inditex, un modelo por y para el cliente | 50 |
| 2.4.2. Respuesta a nuestros clientes en 2020 | 52 |
| a) Canales de atención al cliente: contactos y nivel de servicio | 52 |
| b) Seguidores en Redes Sociales | 53 |
| c) Mecanismos de reclamación y respuesta | 53 |

| | |
|--|-----------|
| 2.5. Seguridad de la información y privacidad | 54 |
| 2.5.1. Seguridad de la Información | 54 |
| 2.5.2. Protección de Datos Personales y Privacidad | 55 |
| 2.6. Sólida arquitectura de <i>compliance</i> | 56 |
| 2.6.1. Cultura ética corporativa interna | 56 |
| 2.6.2. Sistema de <i>Compliance</i> y prevención de riesgos penales | 57 |
| a) Estrategia | 57 |
| b) Órganos de gestión y supervisión del Sistema de <i>Compliance</i> | 61 |
| c) Comité de Ética y el Canal Ético | 61 |
| d) Formación, comunicación y sensibilización | 63 |
| 2.6.3. Buen Gobierno Corporativo | 68 |
| a) Hacia una gobernanza sostenible | 69 |
| b) Organización y funcionamiento de los órganos sociales para hacer frente a los desafíos de la covid-19 | 72 |
| 3. IMPULSAR | 75 |
| 3.1. Innovación y digitalización | 76 |
| 3.1.1. Innovación centrada en el cliente | 76 |
| a) Mejora de la experiencia de compra | 77 |
| b) Refuerzo de la confianza de los clientes | 79 |
| 3.2. Diversidad, inclusión, igualdad y conciliación | 83 |
| 3.2.1. Cómo somos | 83 |
| 3.2.2. Política de diversidad e Inclusión | 86 |
| 3.2.3. Iniciativas Globales para Promover la Diversidad e Inclusión | 86 |
| 3.2.4. Igualdad de Género | 87 |
| 3.2.5. Inclusión de las Personas con Discapacidad | 88 |
| 3.2.6. Inclusión LGBT+ | 89 |
| 3.2.7. Contra cualquier tipo de racismo y discriminación | 89 |
| 3.2.8. Conciliación de la vida personal y profesional | 90 |
| 3.3. Gestión del talento | 91 |
| 3.3.1. Atracción del talento | 91 |
| 3.3.2. Desarrollo del talento | 92 |
| 3.3.3. Formación | 92 |
| 3.3.4. Conexión con nuestras personas y compromiso | 96 |
| 3.4. Política retributiva | 97 |
| 3.4.1. Brecha salarial | 97 |
| 3.4.2. Remuneraciones medias globales | 98 |
| 3.4.3. Remuneraciones de los Consejeros y la Alta Dirección | 98 |
| 3.5. Contribución tributaria y transparencia fiscal | 99 |

| | |
|--|------------|
| 3.6. Contribución al desarrollo socioeconómico de los trabajadores y la industria | 102 |
| 3.6.1. <i>Trabajador en el Centro 2019-2022</i> | 102 |
| 3.6.2. Áreas de Impacto Prioritarias | 105 |
| a) Participación de los trabajadores | 105 |
| b) Salarios Dignos | 107 |
| c) Género, diversidad e inclusión | 108 |
| d) Salud y Seguridad Ocupacional | 110 |
| e) Protección de los migrantes y refugiados | 111 |
| f) Protección social | 113 |
| g) Protección de los derechos laborales en la fabricación de materias primas | 114 |
| 3.7. Circularidad | 116 |
| 3.7.1. La circularidad en Inditex | 116 |
| 3.7.2. Líneas principales de actuación | 117 |
| a) Minimización del impacto en la cadena de suministro | 118 |
| b) Minimización del impacto en el uso de los productos | 119 |
| c) Minimización del impacto en el fin de vida | 119 |
| d) Concienciación del consumidor | 127 |
| 3.7.3. Otros proyectos de colaboración con terceros | 127 |
| 4. DESARROLLAR | 131 |
| 4.1. Minimización del impacto ambiental en la cadena de valor | 132 |
| 4.1.1. Compromiso con iniciativas externas | 135 |
| 4.1.2. Nuestro enfoque sobre descarbonización y gestión de la energía | 136 |
| a) Estrategia Global de Energía | 136 |
| b) Consumo energético global | 136 |
| c) Fuerte apuesta por las energías renovables | 137 |
| d) Emisiones de gases de efecto invernadero | 138 |
| e) Gestión de la energía | 138 |
| 4.1.3. Nuestro enfoque en la gestión del agua | 144 |
| a) Estrategia Global de Gestión del Agua | 144 |
| b) Consumo | 144 |
| c) Iniciativas en operaciones propias | 145 |
| d) Iniciativas en la cadena de suministro | 145 |
| 4.1.4. Nuestro enfoque sobre biodiversidad | 146 |
| a) Iniciativas relacionadas con la biodiversidad | 146 |
| b) Bienestar animal | 147 |
| 4.2. Sostenibilidad de nuestros productos | 148 |
| 4.2.1. Diseño | 148 |
| 4.2.2. Elección de los materiales | 148 |
| a) Innovación | 149 |
| b) Materias primas sostenibles | 150 |
| c) Control de la materia prima | 152 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.3. Programa <i>Join Life</i> | 154 |
| 4.2.4. Salud y seguridad de nuestros productos | 156 |
| a) Nuestros estándares de salud y seguridad de producto | 156 |
| b) Procedimientos de control de salud y seguridad de producto | 158 |
| c) Formación y sensibilización | 161 |
| 4.3. Gestión sostenible de la cadena de suministro | 162 |
| 4.3.1. Trazabilidad de nuestra cadena de suministro | 162 |
| 4.3.2. Políticas, estándares y principios en los que basamos nuestra gestión de la cadena de suministro | 164 |
| a) Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores | 164 |
| b) <i>Green to Wear</i> | 164 |
| c) Prácticas de compra responsable | 164 |
| 4.3.3. Evaluación y Mejora Continua | 165 |
| a) <i>Pre-Assessment</i> | 165 |
| b) Auditorías Sociales | 166 |
| c) Auditorías Ambientales | 167 |
| d) Auditorías Especiales | 167 |
| e) Mejora Continua: Planes de Acción Correctivos | 168 |
| 4.4. Derechos Humanos | 169 |
| 4.4.1. Política de Derechos Humanos del Grupo Inditex | 170 |
| 4.4.2. Debida diligencia | 170 |
| 4.4.3. Mecanismos de reclamación | 171 |
| 5. COLABORAR | 173 |
| 5.1. Donaciones covid | 174 |
| 5.2. Inversión en la comunidad | 176 |
| 5.2.1. Contribuciones | 178 |
| 5.2.2. Logros | 181 |
| 5.2.3. Impactos | 182 |
| a) Impactos en la comunidad | 182 |
| b) Impacto en la empresa | 183 |
| 5.2.4. Programas clave | 184 |
| a) Educación | 184 |
| b) Bienestar social | 187 |
| c) Ayuda humanitaria | 191 |
| d) Otras áreas de actividad | 194 |
| 5.3. Alianzas con la sociedad civil | 195 |
| 5.4. Reconocimientos | 200 |
| 6. SOBRE ESTE INFORME | 203 |
| 6.1. Marco de reporte | 204 |
| 6.2. Índice de los contenidos requeridos por la ley 11/2018, de 28 de diciembre | 206 |





Inditex en 2020



1.1. Hitos 2020



1

2020 ha sido un año marcado por la pandemia y clave en la transformación de Inditex. Nuestro modelo de negocio plenamente integrado ha permitido a la compañía adaptarse al nuevo entorno y ser capaz de seguir satisfaciendo a sus clientes de más de 200 mercados. Muestra de ello, ha sido el importante incremento de la venta *online* en 2020 que ya alcanza los 6.600 millones de euros.

2

Para **mitigar el impacto de la pandemia**, en 2020 activamos un programa global de emergencia sanitaria en materia de inversión en la comunidad, al que hemos destinado más de 40,4 millones de euros. Además de las donaciones realizadas por la empresa, nuestra plantilla ha aportado más de 1,4 millones de euros a través de iniciativas solidarias en el ámbito de proximidad de nuestras sedes.

3

En España, pusimos a disposición de autoridades sanitarias, empresas y particulares toda la capacidad logística y de aprovisionamiento de nuestra empresa para la adquisición y transporte de material sanitario. En concreto, se transportaron más de 177 millones de unidades de material sanitario en más de 66 vuelos.

4

Desde el primer momento respaldamos la iniciativa *Covid-19: Action in the Global Garment Industry*, impulsada por la Organización Internacional de Empleadores (OIE), la Confederación Sindical Internacional (CSI) e *IndustriALL* Global Union y apoyada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), su objetivo es articular una respuesta urgente a los efectos económicos y sociales de la pandemia en los trabajadores de la confección. Asimismo, persigue la movilización de fondos desde las instituciones financieras internacionales y el apoyo al desarrollo de esquemas de protección social en los países.

5

Asimismo, publicamos junto a *IndustriALL* una declaración conjunta en la que nos comprometimos a trabajar conjuntamente en los planes de recuperación de la industria textil a nivel mundial, tras la situación creada por la pandemia de la covid-19. Este compromiso se asienta en la duradera colaboración de nuestra Compañía y el sindicato global.



6

Seguimos trabajando en nuestra hoja de ruta para la sostenibilidad, cumpliendo con todos los objetivos previstos para 2020. Por ejemplo, hemos superado nuestro compromiso de llegar a un 25% de **prendas puestas** en el mercado bajo el estándar *Join Life* hasta alcanzar el 37,8% de unidades bajo esta etiqueta.

7

Además, conseguimos nuevos hitos en nuestro compromiso en la lucha contra el cambio climático: **SBTi (Science Based Target Initiative)** aprobó nuestros objetivos de descarbonización, definiéndolos como 'ambiciosos', ya que las reducciones propuestas son más estrictas que las marcadas por las sendas de reducción de emisiones más ambiciosas disponibles hoy en día.

8

Incrementamos el uso de energía renovable en operaciones propias, alcanzando el 81,08% y fundamos, junto a otras empresas, el **MIT Climate and Sustainability Consortium (MCSC)**, para acelerar el desarrollo de soluciones a gran escala para luchar contra el cambio climático.

9

Continuamos apostando por materias primas sostenibles incrementando, entre otros, el uso de algodón más sostenible en más de un 90%; y adquirimos un nuevo compromiso con Canopy sobre la Nueva Generación de Viscosa.

10

Nuestra apuesta por la innovación no cesa. Un ejemplo de ello es el **Sustainability Innovation Hub**, a través del cual lanzamos en diciembre nuestro primer programa piloto centrado en el reciclaje químico.

11

Seguimos siendo una compañía caracterizada por una presencia mayoritaria de mujeres, con una plantilla que se define por su diversidad generacional, en el que la tienda ocupa un lugar predominante y de marcado carácter horizontal. Del análisis en materia salarial en 2020 se concluye que en Inditex existe paridad salarial.



12

Desde 2020 contamos con un nuevo órgano de coordinación de nuestro Acuerdo Marco Global con IndustriALL Global Union: el **Comité Sindical Global**, donde tienen representación los diferentes afiliados de IndustriALL Global Union en nuestra cadena de producción, así como los sindicatos españoles CCOO y UGT.

13

Nuestros clientes siguen siendo nuestro motor. En 2020 las interacciones con ellos han crecido exponencialmente. Un ejemplo son las más de 5.000 millones de visitas que recibieron las webs de nuestras marcas o los más de 198 millones de seguidores en todo el mundo con los que cuentan en redes sociales.

14

A lo largo del ejercicio 2020 seguimos impulsando nuestro papel transformacional de la cadena de suministro continuando con la implementación de nuestra estrategia social *Trabajador en el Centro 2019-2022* y desarrollando distintas acciones en sus siete áreas de impacto prioritarias.

15

Hemos continuado apoyando a las comunidades. En 2020 se ejecutaron un total de 703 **iniciativas sociales** por parte de Inditex que beneficiaron de manera directa a 3,3 millones de personas, y para las que se destinaron 71,8 millones de euros. Asimismo, hemos donado 4,1 millones de artículos para causas sociales y nuestros empleados han dedicado más de 178.000 horas de su jornada laboral a actividades de voluntariado y de gestión de iniciativas sociales.



16

Mantenemos nuestras sólidas colaboraciones con entidades como Water.org con quien suscribimos un nuevo convenio cuatrienal, dotado con 6 millones de dólares, a través del cual se proporcionará **acceso a agua potable y saneamiento para más de 2,3 millones de personas** con escasos recursos en Bangladés, Camboya e India.

17

Renovamos la colaboración con Médicos Sin Fronteras (MSF) y se han destinado un total de 2,5 millones de euros para **apoyar actividades médico-sanitarias relacionadas con la covid-19**, la atención a personas refugiadas y la Unidad de Emergencias de MSF.

18

Y pusimos en marcha con ACNUR una nueva alianza para satisfacer las necesidades de ropa de personas refugiadas y desplazados forzados. En virtud de esta alianza, Inditex y sus proveedores **han donado en 2020 más de 875 mil prendas** para su entrega **a personas desplazadas acogidas en campos de ACNUR en Ruanda y Etiopía.**

19

Relevantes publicaciones/monitores/ránkings reconocen nuestros esfuerzos en materia de sostenibilidad. El **Índice Dow Jones de Sostenibilidad (DJSI)** nos sitúa nuevamente como líder en nuestro sector en desempeño medioambiental. En 2020 figuramos nuevamente en el ranking *Global 100 Most Sustainable Corporations*, de *Corporate Knights*. **CDP Climate Change Report** nos otorgó, por 4ª año consecutivo, una calificación A- en su programa de cambio climático por nuestro liderazgo en la divulgación de información y desempeño en la materia.

1.2. Modelo de negocio sostenible

Inditex es una compañía global de diseño, distribución y venta de moda, que tiene como objetivo ofrecer a nuestros clientes artículos de tendencia (ropa, calzado, complementos y artículos para el hogar), sometidos a las más altas exigencias de diseño, seguridad, sostenibilidad y calidad, a precios accesibles. Esta actividad se desarrolla en un marco de respeto y transparencia, en diálogo continuo con nuestros grupos de interés, sobre la base de la promoción de los Derechos Humanos y con el fin último de generar un impacto positivo en el cliente, en la sociedad, en la industria y en nuestro entorno.

El Grupo Inditex (en adelante, el "Grupo") está compuesto por **ocho formatos comerciales**: Zara, Zara Home, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho y Uterqüe. Cada uno de ellos tiene personalidad, estilo y equipo de diseño propios, con un modelo integrado de venta en tiendas físicas y *online*, gestionado de forma directa. Estamos presentes en más de **200 mercados** de los cinco continentes (se incluye información detallada de los mercados en los que operamos en el Informe de Gestión consolidado).

Nuestra actividad de distribución y venta de artículos de moda se organiza a través de un grupo internacional de sociedades, cuya cabecera es **Industria de Diseño Textil, S.A.** (en adelante "**Inditex**", la "**Sociedad**" la "**Compañía**" o la "**Empresa**", indistintamente) que cotiza en las cuatro bolsas de valores españolas y, junto con sus sociedades filiales, configura el Grupo Inditex. El detalle de la estructura societaria a 31 de enero de 2021, se recoge en el Anexo I de la Memoria Anual de las Cuentas Anuales consolidadas del Grupo Inditex.

Las **personas** son el factor clave en nuestro modelo de negocio: por un lado, nuestros clientes que demandan nuestros productos y, por otro, aquellas que ponen su talento al servicio de nuestros clientes: nuestros trabajadores. 144.116 personas de 171 nacionalidades que trabajan de modo comprometido, inspirados por unos valores que forman parte del impulso fundacional del Grupo: la ilusión, el espíritu emprendedor, el inconformismo, la innovación, la inclusión o la humildad.

El carácter cambiante de la moda, junto con nuestro afán por mejorar, nos ha llevado a definir un modelo de negocio diferencial en nuestro sector. Desde nuestros inicios hemos adoptado el proceso de **escucha** a nuestros clientes como la principal herramienta para identificar las tendencias, lo que además nos ha permitido detectar nuevas necesidades que hemos ido incorporando progresivamente en forma de nuevos productos, servicios, tecnologías o canales.

A lo largo del tiempo hemos desarrollado un modelo de negocio único, que se caracteriza por su **flexibilidad, integración, sostenibilidad, creatividad e innovación**. La clave de nuestra gestión está en el proceso continuado de análisis centralizado de la información sobre la evolución del negocio, que permite la toma ágil de decisiones adaptadas a la realidad empresarial, con la posibilidad de una adecuación constante a la realidad operativa, ya sea por cambios en las tendencias o en el entorno. Conseguimos que la ejecución de esos continuos cambios se realice globalmente gracias a nuestra presencia en todas las fases de la cadena de valor, que engloba el diseño, producción, logística, tiendas y clientes.

Este modelo de negocio integrado nos permite contar con una visión unificada de los clientes y asegurar la homogeneidad de la experiencia de compra que les ofrecemos a través de los múltiples puntos de interacción con ellos. Nuestra estrategia basada en la **digitalización**, con la adopción de nuevas capacidades de obtención y análisis de datos, la **diferenciación de nuestro espacio comercial**, que nos permite integrar nuevas herramientas tecnológicas, y la **sostenibilidad**, con el objetivo de contribuir al bienestar de todos nuestros grupos de interés, ha sido un factor clave para explicar nuestro desempeño en 2020.

Debido a la aparición de la pandemia y sus consecuencias en el entorno social y económico, el año 2020 ha supuesto un reto de adaptación constante. Ante esta situación, nuestras acciones han estado centradas en **proteger** la salud y garantizar el bienestar de nuestros empleados, de nuestros clientes, de los trabajadores de la cadena de suministro, y de todos aquellos que, directa o indirectamente, prestan servicios o proveen bienes necesarios para el funcionamiento del negocio, acometiendo las medidas de prevención y, en su caso, las acciones de mitigación oportunas. La evolución de las restricciones de movilidad, horarios de apertura, aforos de tienda, etc., ha requerido un esfuerzo de actualización continua en todos los mercados en los que estamos presentes.

Las **principales actuaciones** ligadas a la protección de las personas en respuesta a los desafíos globales derivados de la covid-19, vienen desarrolladas a lo largo de este documento: i) la protección de la seguridad y salud de nuestras personas (pags. 30 y ss); ii) la preservación del empleo indefinido (pags. 44 y ss); iii) la protección de los trabajadores de la cadena de suministro (pag. 37); iv) la implementación de medidas en el espacio de venta (pag. 43); y v) la respuesta inmediata en las comunidades y la recuperación sostenible con acciones como apoyo logístico o donaciones, entre otras (pags. 174 y s.).



En este entorno, la agilidad de nuestro proceso de toma de decisiones y la **flexibilidad de nuestro modelo de negocio** nos han permitido operar con normalidad. La digitalización **impulsada** en los últimos años, con la implantación de herramientas basadas en la tecnología RFID y su conexión con nuestro sistema integrado de gestión de stock (SINT), ha permitido el fuerte crecimiento de la venta a través del canal *online*, con pedidos servidos gracias al stock ubicado en tiendas físicas.

De la misma manera, hemos gestionado de forma muy activa nuestra cadena de aprovisionamiento,

impulsando la ***Covid-19: Action in the Global Garment Industry***, - impulsada por la Organización Internacional de Empleadores (OIE), la Confederación Sindical Internacional (CSI) e IndustriALL Global Union y apoyada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT)- para implantar medidas de protección a los proveedores y los trabajadores ante el impacto de pandemia.

La flexibilidad e integración de nuestro modelo de negocio integrado proviene de nuestro control de las distintas fases de la cadena de valor:



Nuestras acciones ante la pandemia han buscado proteger la salud y el bienestar de empleados, clientes, trabajadores de la cadena de suministro y de todos los implicados en el funcionamiento de nuestro negocio.

a) Diseño

Más de 700 diseñadores entre todas las marcas son el punto de partida de la creatividad del Grupo, el gran valor añadido del modelo de negocio de Inditex. Se integran dentro de los equipos comerciales, que son los encargados de analizar en detalle las preferencias de los clientes y quienes asumen el primer nivel del compromiso con la sostenibilidad de la Empresa, seleccionando los procesos y materiales más adecuados para nuestros productos. Este esfuerzo se materializa en nuestras colecciones que incorporan novedades creativas de manera constante a lo largo de la temporada, en los escaparates de nuestras tiendas y en los contenidos digitales que producimos a lo largo del ejercicio, lo que supone una singularidad en el mundo de la moda. El permanente contacto de las tiendas y de los equipos de *online* con el equipo de diseñadores, a través del Departamento de Gestión de Producto, y su gran capacidad de reacción permiten captar los gustos de los clientes en cada momento. Asimismo, su activa labor de búsqueda y promoción de materiales y procesos de producción cada vez más sostenibles, contribuyen a elevar los estándares de calidad y a seguir avanzando en el modelo de economía circular.

b) Fabricación y aprovisionamiento

La fabricación y el aprovisionamiento se basan en una gestión socialmente responsable de la cadena de suministro que asegura unas condiciones de trabajo dignas para todos los trabajadores de los proveedores y fabricantes. Nuestra cadena de suministro tiene una presencia global, organizada a través de 12 clústeres, si bien con un peso muy relevante del aprovisionamiento en áreas próximas a los centros de diseño. De esta forma, tenemos capacidad para adecuar nuestra oferta comercial a cualquier cambio de tendencia que surja, para ajustar inmediatamente el número de prendas a la demanda real, un factor que se ha demostrado clave en 2020. Esto permite minimizar los excedentes que se pudieran producir, contribuyendo así a una gestión responsable del stock en sintonía no sólo con objetivos comerciales sino muy especialmente con nuestro propósito en materia de sostenibilidad. En este sentido, continuamos innovando y empleando materiales

más duraderos y respetuosos con el medio ambiente, desarrollando procesos de producción más eficientes y compartiendo todo ello de acuerdo con los mejores estándares de comunicación y transparencia.

c) Logística y distribución

Esta etapa se adapta permanentemente a las decisiones comerciales, flexibilidad que ha resultado fundamental en el contexto 2020. Cada marca opera con centros logísticos centralizados propios donde se reúne su inventario y desde donde se distribuye a las tiendas y almacenes *online* de todo el mundo. Esta eficiente integración de nuestras operaciones tiendas/*online* durante los procesos de almacenamiento, transporte y distribución es posible gracias a herramientas como nuestro sistema de gestión de inventario propio basado en la identificación por radiofrecuencia (RFID) de todas nuestras prendas. De esta manera, nuestros clientes podrán finalmente tomar sus decisiones en el entorno que prefieran, *online* o tienda, y disfrutar así de una experiencia de compra integrada con constantes innovaciones tecnológicas que se adaptan a sus necesidades.

d) Tiendas/*Online*

El espacio de compra tanto en tiendas como *online* se caracteriza por la búsqueda de la calidad. En los espacios físicos se busca que el cliente disfrute de la experiencia de las mejores ubicaciones en las calles comerciales más relevantes del mundo, con un cuidado diseño arquitectónico y con la presencia de herramientas tecnológicas que nos permitan contar con la mejor atención al cliente. El entorno *online* de cada uno de los formatos busca extender esta experiencia de moda a cualquier momento y en cualquier lugar a través de los dispositivos móviles, con la comodidad de poder elegir la recepción de los productos en el sitio más conveniente para nuestros clientes. Se trata de que desaparezcan las barreras entre lo físico y lo virtual y de que las propuestas de nuestros diseñadores lleguen con la misma eficacia en ambos entornos. El proceso de integración digital, que veníamos desarrollando en los últimos años, es el que más **impulso** ha experimentado en el momento histórico que vivimos. Esto no hace sino abundar en nuestra



El proceso de integración digital, que veníamos desarrollando en los últimos años, es el que más impulso ha experimentado en el momento histórico que vivimos.

decidida apuesta por la innovación tecnológica. Es una etapa que necesita sin duda de soluciones innovadoras, que se adecuen de forma flexible a los continuos cambios.

Las fortalezas de nuestro **modelo flexible, integrado e innovador**, nos proporcionan una ventaja competitiva en el análisis y respuesta a corto, medio y largo plazo. Esto ha quedado patente en la gestión del negocio en un contexto marcado por la especial incertidumbre derivada de la crisis sanitaria mundial. Nos hemos puesto al servicio de las instituciones y nuestros centros logísticos y de distribución han aportado su experiencia en compras, búsqueda de materiales y equipos de protección sanitarios. Seguimos **colaborando** con distintas entidades nacionales e internacionales, para apoyar a las comunidades donde operamos y a la sociedad en general, no sólo desde el punto de vista de la salud sino también con un enfoque holístico, sobre la base de nuestro compromiso con la sostenibilidad, para impulsar posibles salidas y abordar las consecuencias socioeconómicas provocadas por la pandemia.

En definitiva, hemos logrado **desarrollar** un modelo de negocio distintivo, un círculo creativo y productivo que jamás se detiene y que, ahora más que nunca, ha de enfrentarse a nuevos retos de responsabilidad y seguridad, que generen confianza y acompañen a clientes y trabajadores a un **escenario de esperanza y recuperación**.

La definición de nuestro modelo de negocio parte de nuestro objetivo de mitigar el riesgo derivado de operar en un sector caracterizado por el cambio dinámico de las tendencias buscadas por los clientes. Por ello, la **gestión de los riesgos** es inherente a nuestro modelo de negocio y atiende directamente al principio de precaución a lo largo de toda nuestra cadena de valor, siendo responsabilidad de todos y cada uno de los integrantes del Grupo. Este enfoque de precaución con el que el Grupo trabaja de manera transversal a lo largo de todo su modelo de negocio, le permite gestionar los diferentes riesgos identificados durante la planificación de sus operaciones y el desarrollo y comercialización de nuevos productos. El desarrollo de nuestro negocio está expuesto a riesgos financieros, geopolíticos, tecnológicos, medioambientales, sociales y de gobierno. Se han establecido procesos sistemáticos de identificación, evaluación, registro y monitorización, con el propósito de asegurar la mejor gestión posible para intentar conseguir nuestros objetivos, en base a los niveles de tolerancia fijados por la Alta Dirección. La gestión de

los riesgos es un proceso en continua evolución, muchas de las amenazas son emergentes y debemos tratar de adelantarnos a su potencial impacto. El Sistema Integrado de Gestión de Riesgos, que se describe en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, en su apartado E, emana del Consejo de Administración y se articula a través de normas dirigidas a la gestión de los diferentes supuestos.

En paralelo, en Inditex contamos con un **sólido Sistema de Compliance** y, en particular, con una estructura de gobierno corporativo que asegura el cumplimiento de las normas, recomendaciones y mejores prácticas existentes en la materia. Nuestro **sistema de gobierno corporativo** está orientado a promover una gestión adecuada, transparente y sostenible de la Compañía para así conseguir las máximas cotas de competitividad y generar confianza para nuestros accionistas, inversores y resto de grupos de interés, desde una perspectiva de máxima integridad y honestidad.

Si bien la crisis causada por la pandemia también ha condicionado el funcionamiento de nuestros **órganos de gobierno**, limitando las posibilidades de reuniones físicas, lo hemos solventado mediante la utilización de herramientas tecnológicas que facilitan la comunicación constante. Nuestros consejeros han sido informados periódicamente sobre la evolución del entorno macroeconómico y social derivado de la crisis sanitaria mundial y su impacto sobre la actividad del Grupo y los principales indicadores de riesgo, así como de los distintos planes y medidas de contingencia puestos en marcha a fin de minimizar el impacto negativo.

Ante la existencia de medidas puntuales restrictivas de la movilidad en determinadas áreas de España, nuestro mercado sede, la **Junta General Ordinaria de Accionistas** se celebró por primera vez en su historia, con la asistencia física y telemática de los accionistas. Para ello se implementaron además las medidas preventivas necesarias para preservar la salud de las personas implicadas en su organización y la de aquellos accionistas que decidieron acudir a nuestra sede en Arteixo.

El Informe Anual de Gobierno Corporativo correspondiente al ejercicio social 2020, disponible en nuestra web corporativa, proporciona una información completa y razonada sobre la estructura y prácticas de gobierno de la Sociedad.



Más información en el apartado 2.6.3. *Buen Gobierno Corporativo*, en el presente Estado de Información no Financiera..



Líneas de actuación para ser una empresa responsable y sostenible

Con el objetivo de ser una empresa responsable y sostenible, en este ejercicio fiscal hemos articulado nuestra actividad a partir de cuatro líneas de actuación dirigidas a todos nuestros grupos de interés: proteger, impulsar, desarrollar y colaborar.

Estas líneas de actuación han sido la base para impulsar nuestro desempeño a lo largo del ejercicio, permitiéndonos avanzar en la creación de valor para nuestro entorno. Estas líneas de actuación son, asimismo, los cuatro grandes bloques sobre los que se estructura nuestro Estado de Información No Financiera.

PROTEGER

IMPULSAR

DESARROLLAR

COLABORAR

Nuestra visión de la sostenibilidad

En Inditex entendemos por **sostenibilidad un compromiso con la creación de valor económico, social y medioambiental** para todos nuestros grupos de interés, a fin de generar impacto positivo y contribuir al desarrollo de la sociedad y al cuidado del planeta. Esta **visión de la sostenibilidad** forma parte de los valores y la cultura ética corporativa de la Compañía, y está plenamente **integrada en todo el modelo de negocio y en las actividades** de nuestra Empresa.

Nuestras acciones y decisiones tienen como base un respeto riguroso de los **Derechos Humanos y laborales** en toda la cadena de valor y el cumplimiento de los más exigentes **estándares medioambientales y de salud y seguridad**, todo ello de la mano de la transparencia y el diálogo continuo con nuestros grupos de interés. Pero, además, queremos adoptar una visión ambiciosa de la sostenibilidad, que vaya más allá del necesario cumplimiento de estas cuestiones, y que tenga como **objetivo último avanzar en la generación de impacto positivo**.

Entendemos la sostenibilidad como el camino que es necesario recorrer para alcanzar una **sociedad**

más justa y en equilibrio con los límites del planeta y en el que, como empresa responsable, debemos avanzar en cooperación con todos nuestros grupos de interés. Además, en el contexto actual, creemos que la sostenibilidad es clave para la recuperación y la reconstrucción tras la pandemia.

Aspectos clave de nuestra visión de la sostenibilidad

- **Enfoque holístico:** Integración de aspectos sociales y ambientales en nuestra aproximación a la sostenibilidad a través de nuestro compromiso con:
 - La economía circular y la descarbonización, alineándonos con los objetivos del Acuerdo de París.
 - Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la alineación de nuestra estrategia a la Agenda 2030 de Naciones Unidas y, en última instancia, la promoción y el respeto de los Derechos Humanos.



Política de Sostenibilidad de Inditex

- **Enfoque corporativo:** Compromiso a todos los niveles de la Compañía, partiendo de los órganos de gobierno. Así, se definen objetivos y metas concretas para avanzar en nuestra hoja de ruta de sostenibilidad:

- Inditex cuenta con la **Comisión de Sostenibilidad**, comisión delegada del Consejo de Administración, responsable del seguimiento de la estrategia de sostenibilidad.

 Más información en el apartado 2.6.3. *Buen Gobierno Corporativo* en el presente Estado de Información no Financiera.

- Inditex ha establecido la **vinculación entre la retribución variable de los empleados de oficina y el desempeño en materia de sostenibilidad**.

- **Enfoque integrado:** la sostenibilidad está presente en todos nuestros procesos y toma de decisiones, desde el diseño, a la elección de los materiales y los procesos productivos, pasando por la gestión logística, las tiendas, las sedes y todos los elementos que conforman nuestra cadena de valor.

Para garantizar esta integración de la sostenibilidad contamos con diversas políticas y estrategias que guían nuestras actuaciones:

- Política de Sostenibilidad.

- Política de Derechos Humanos de Inditex.

- Política de Diversidad e Inclusión.

- Política de Inversión en la Comunidad.

- Política de *Compliance*.

- Políticas de Integridad.

- Política de Productos Forestales.

- Código de Conducta y Prácticas Responsables.

- Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores

- Estándares de salud y seguridad del producto: *Clear to Wear (CtW)*, *Safe to Wear (StW)* y los estándares I+ (*IPLUS, Inditex Precautions and Limits for Users' Safety, por sus siglas en inglés, que incluyen: I+ Cosmetics, I+ Food Contact Materials, I+ Home Fragrance & Candles, I+ Child Care Furniture*).

- Estándar medioambiental *Green to Wear (GtW)*.

- Estrategia de gestión social de la cadena de suministro: *Trabajador en el Centro 2019-2022*.

- Estrategia Global de Gestión del Agua, Global de Energía y de Biodiversidad.

Entre estas políticas, cabe destacar nuestra nueva Política de Sostenibilidad.

La Política de Sostenibilidad del Grupo recoge los principios que la Empresa asume en las relaciones con sus grupos de interés, favoreciendo la integración de prácticas de sostenibilidad en el modelo de negocio y con la premisa de que todas sus actividades se realizarán de manera respetuosa con las personas, el medio ambiente y la comunidad en general, con base en el compromiso de la Empresa con el respeto de los Derechos Humanos y con el desarrollo sostenible.

Esta **Política de Sostenibilidad, cuya modificación aprobó el Consejo de Administración el pasado 14 de diciembre de 2020**, consolida y actualiza las anteriores Política de Responsabilidad Social y Política de Sostenibilidad Medioambiental, ambas de 2015, refundiéndolas en un texto único.

Más concretamente, **la Política recoge:**

- **Los principios que rigen la sostenibilidad** en el Grupo.
- **La integración de la sostenibilidad en el modelo de negocio** y los pilares sobre los que se asienta la generación de valor de la Empresa.
- **Los principales grupos de interés** de la Compañía y **los principios que rigen nuestra relación** con cada uno de ellos.
- **Los principios en los que se basa la comunicación de las prácticas de sostenibilidad**, reforzando el diálogo permanente y la transparencia como la base de la relación con los grupos de interés.



La Comisión de Sostenibilidad es el órgano del Consejo de Administración que supervisa las propuestas en materia de sostenibilidad y las relaciones con los grupos de interés.

Gobernanza en sostenibilidad

Inditex cuenta con sólidos mecanismos de supervisión y asesoramiento en materia de sostenibilidad, recogidos en su Política de Sostenibilidad. Cabe destacar en este sentido a la Comisión de Sostenibilidad, órgano delegado del Consejo de Administración responsable de supervisar y controlar las propuestas en materia de Sostenibilidad, así como de las relaciones con los distintos grupos de interés en las materias de su competencia. Además, el Grupo cuenta con un Comité de Ética, órgano interno

dependiente del Consejo de Administración, que vela por el cumplimiento de las normas de conducta, y un Consejo Social, órgano externo asesor en sostenibilidad. Por su parte, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento tiene encomendada, como órgano responsable de la supervisión y control de la eficacia de los sistemas internos de control y gestión de riesgos, la supervisión y evaluación de los riesgos derivados de las actuaciones del Grupo en relación con esta Política.

 Más información en el apartado 2.6.3. Buen Gobierno Corporativo en el presente Estado de Información No Financiera.



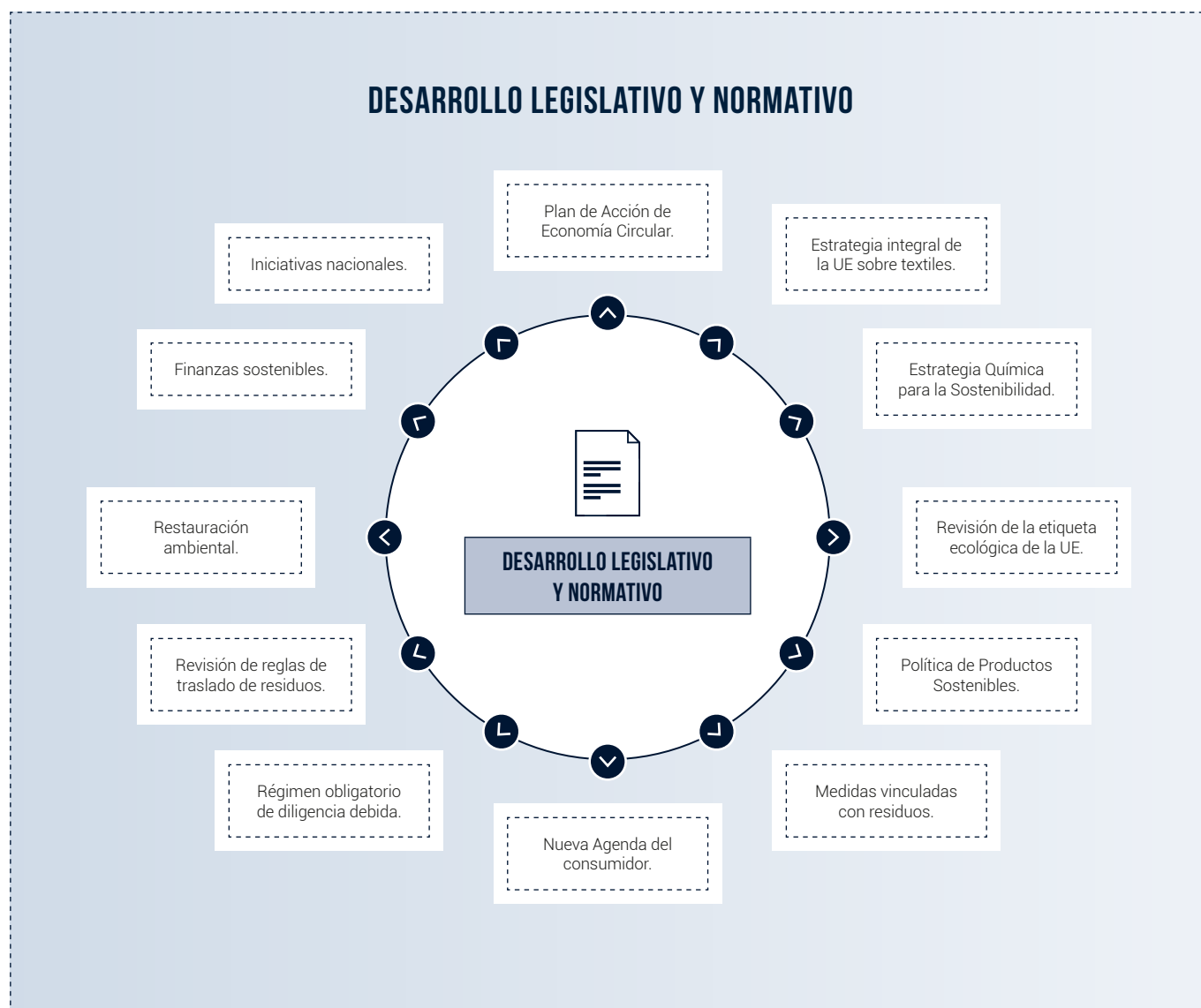
La sostenibilidad, una demanda de la sociedad

Somos plenamente conscientes de que la sostenibilidad tiene un papel destacado en las demandas y preocupaciones de todos los grupos de interés. Nuestros clientes, empleados, proveedores, inversores, distintos organismos con los que colaboramos y la sociedad en general esperan de nosotros que actuemos con responsabilidad y sostenibilidad y que avancemos de forma continuada en la creación de valor económico, social y medioambiental.

La colaboración y trabajo conjunto con todos los grupos de interés es clave para poder avanzar en nuestros objetivos y compromisos de sostenibilidad. Por ello, establecemos alianzas y cooperamos con distintos organismos, instituciones y representantes de nuestros diversos grupos de interés.

En este sentido, la actividad legislativa en el ámbito de la sostenibilidad ha cobrado una gran relevancia en los últimos años. En concreto, el sector textil está siendo objeto de numerosas iniciativas legislativas centradas en el respeto de los Derechos Humanos y laborales, la reducción del impacto medioambiental y el impulso de la circularidad, que abarca desde el diseño de los productos, la utilización de materias primas y la gestión de los residuos, hasta el reciclaje o la reutilización de los productos.

En Inditex **aportamos nuestra visión y experiencia** en debates sobre temas prioritarios de sostenibilidad, tanto de forma colectiva, a través de asociaciones representativas del sector o con alianzas específicas, así como de forma individual. Así, intentamos **alinear posiciones** con todos los grupos de interés relevantes para hablar con una sola voz y promover el avance hacia el desarrollo sostenible de forma conjunta.



Contribución al Desarrollo Sostenible

El 25 de septiembre de 2020 se cumplieron cinco años de la aprobación de la Agenda 2030 de Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible. **Desde un primer momento Inditex se comprometió con esta Agenda y alineamos nuestra estrategia sostenible con la misma.** A lo largo de estos cinco años hemos avanzado en la contribución a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que la componen, aunque somos conscientes de que todavía queda camino que recorrer para alcanzar los mismos y sus 169 metas.

Nuestro compromiso con los ODS se extiende a los 17, si bien **hay ciertos objetivos en los que nuestra contribución es mayor y más relevante**, debido a la propia naturaleza del modelo de negocio y de nuestra actividad. Entre ellos cabe destacar el ODS 3 (Salud y Bienestar), más relevante que nunca a causa de la situación actual, el ODS 5 (Igualdad de Género), el ODS 8 (Empleo Decente y

Crecimiento Económico), el ODS 12 (Producción y Consumo Responsable), el ODS 13 (Lucha contra el Cambio Climático) y el ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos).

La Agenda 2030 cobra, si cabe, aún mayor relevancia en el contexto actual ante la situación provocada por la covid-19, ya que **los ODS** representan un lugar de encuentro y acuerdo común para todos los actores involucrados en la sostenibilidad y **van a ser fundamentales para la reconstrucción de la salud, de la economía y de la sociedad tras la crisis provocada por esta pandemia.**

En definitiva, en el marco de la Agenda 2030 Inditex refuerza su compromiso con la **creación de valor económico, social y medioambiental para todos sus grupos de interés**, para generar así el mayor impacto positivo y contribuir al desarrollo sostenible.



Análisis de materialidad

En Inditex **creemos firmemente que escuchar a nuestros grupos de interés, atender a sus demandas y necesidades, y colaborar con ellos** para avanzar juntos hacia el desarrollo sostenible y la generación de impacto positivo es clave para ser una empresa responsable y sostenible.

Nuestra nueva Política de Sostenibilidad reafirma nuestros principios de relación con los grupos de interés: el diálogo permanente y la transparencia. Estos son de aplicación a la relación con todos nuestros grupos de interés: nuestros clientes, empleados, proveedores, accionistas, la comunidad en su conjunto y las entidades sociales/medioambientales.

 Más información en el apartado *Nuestra visión de la sostenibilidad* del presente Estado de Información No Financiera.

DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE RELACIÓN DE INDITEX CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

IDENTIFICACIÓN

Identificación de todos los grupos de interés que puedan estar relacionados con Inditex a lo largo de nuestra cadena de valor y en el entorno en el que se desarrolla nuestra actividad.



PRIORIZACIÓN







Clasificación y determinación de cuáles de son los grupos de interés prioritarios en base a nuestro modelo de negocio y cadena de valor. Se tiene en cuenta tanto su implicación como los posible impactos que les puede suponer este modelo.



DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA

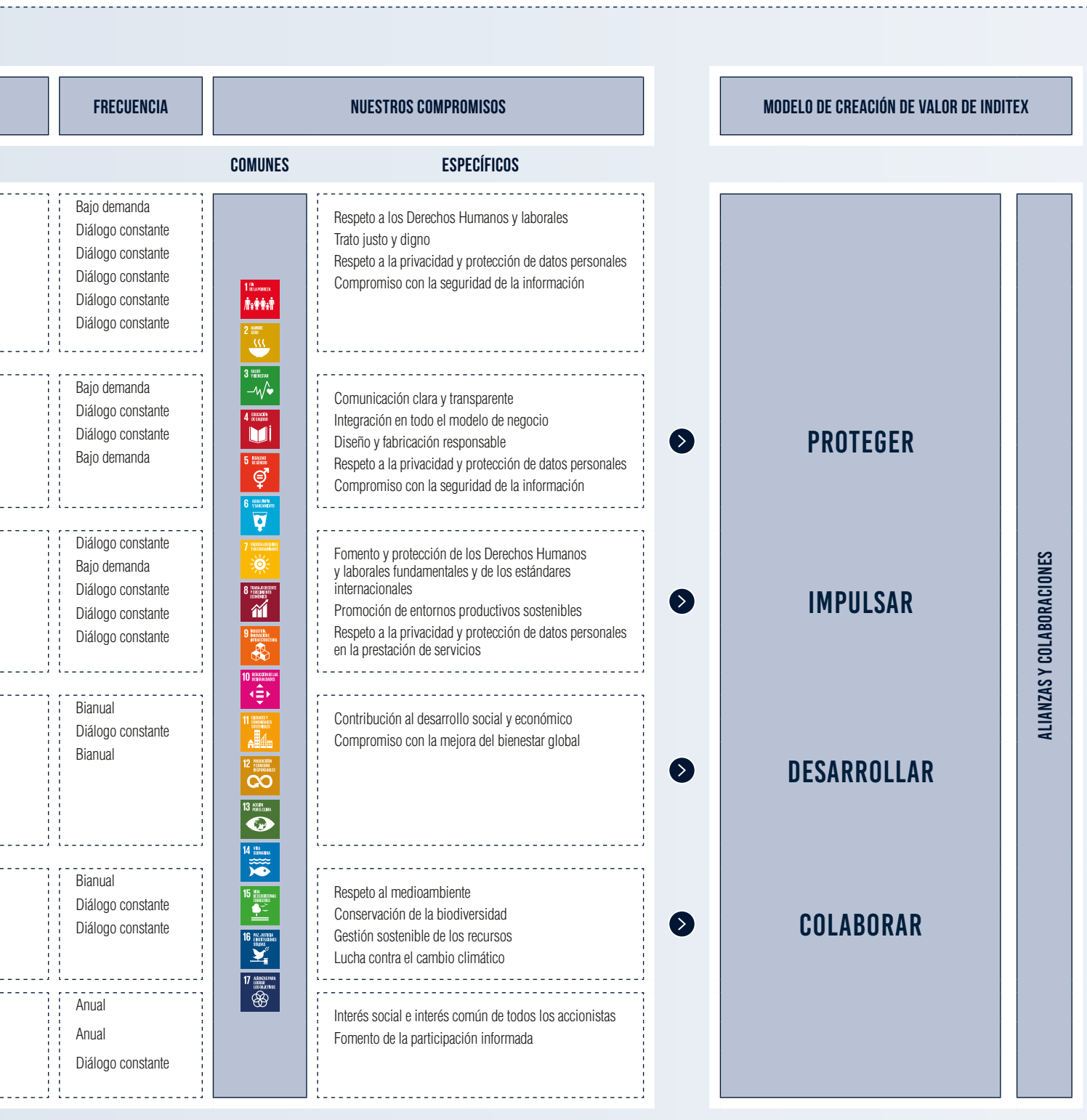
Para cada grupo de interés se elabora una estrategia concreta en base a sus características y necesidades. Se definen objetivos, compromisos y herramientas de diálogo específicas. Elementos comunes de todas las estrategias: Diálogo permanente y transparencia.



| PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS DE INDITEX Y HERRAMIENTAS DE RELACIÓN Y DIÁLOGO | | |
|--|--|--|
| PRINCIPALES GRUPO DE INTERÉS DE INDITEX | EJEMPLOS DE GRUPOS DE INTERÉS | HERRAMIENTAS DE RELACIÓN Y DIÁLOGO |
| | | HERRAMIENTAS COMUNES |
| | | HERRAMIENTAS ESPECÍFICAS |
|  <p>EMPLEADOS Toda persona que trabaje en Inditex ya sea en las tiendas, oficinas o centros logísticos.</p> | Empleados de tiendas Empleados de oficinas Empleados de centros logísticos Representantes sindicales | COMISIÓN DE SOSTENIBILIDAD ANÁLISIS DE MATERIALIDAD CONSEJO SOCIAL ALIANZAS ESTRATÉGICAS PÁGINA WEB CORPORATIVA MEMORIA ANUAL |
|  <p>CLIENTES Cualquier persona que adquiera algún producto comercializado por las distintas marcas del Grupo Inditex.</p> | Cliente de tienda física Cliente de tienda online Cliente potencial | |
|  <p>PROVEEDORES Empresas que forman parte de la cadena suministro de Inditex así como sus respectivos empleados.</p> | Proveedores directos Fabricantes Trabajadores Organizaciones sindicales Organizaciones internacionales | |
|  <p>COMUNIDAD Todas aquellas personas o entidades que forman parte del entorno en el que Inditex desarrolla su actividad.</p> | ONG Gobiernos y administraciones públicas Instituciones académicas Sociedad civil Medios de comunicación | |
|  <p>MEDIOAMBIENTE Conjunto elementos naturales presentes en el entorno en el que Inditex desarrolla su modelo de negocio.</p> | Organizaciones de defensa del medioambiente Gobiernos | |
|  <p>ACCIONISTAS Cualquier persona o entidad que posee acciones del Grupo Inditex.</p> | Inversiones institucionales Inversores particulares | |
| | | Comité de Ética Acuerdo UNI Global Union Formación y promoción interna Comunicaciones internas Programas de voluntariado Departamentos de Seguridad de la Información y de Protección de Datos y Privacidad |
| | | Equipos especializados de atención al cliente Tiendas físicas y online Redes sociales Departamentos de Seguridad de la Información y de Protección de Datos y Privacidad |
| | | Clústeres de proveedores Comité de Ética Equipos comerciales y de sostenibilidad Acuerdo Marco con IndustriALL Global Union Departamento de Protección de Datos y Privacidad |
| | | Consejo Social Cooperación con ONG Comisión de Patrocinio y Mecenazgo |
| | | Consejo Social Compromisos con ONG Equipos de sostenibilidad medioambiental |
| | | Junta General de Accionistas Índices de Sostenibilidad Relación con inversores |

Una de las principales herramientas que utilizamos para conocer las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés es el **análisis de materialidad**. A través de este análisis **identificamos cuales son los asuntos más relevantes** para ellos, que se denominan asuntos materiales, y que nos permiten determinar las prioridades para avanzar en la creación de valor económico, social

y medioambiental. Así, a través de este análisis, **podemos asegurar que nuestra estrategia sostenible se encuentra alineada con las expectativas de nuestros grupos de interés**. Al mismo tiempo, esta identificación y priorización de asuntos materiales nos sirve para determinar los contenidos de nuestro Estado de Información no Financiera y Memoria Anual. De este modo, nuestros informes reflejan los impactos



económicos, ambientales y sociales significativos de la organización y aquellos que influyan sustancialmente en las valoraciones y decisiones de nuestros grupos de interés.

2020 ha sido el décimo año consecutivo en el que hemos realizado este ejercicio de identificación y priorización de asuntos materiales en colaboración con nuestros grupos

de interés, tanto internos – nuestros empleados - como externos. **Este año hemos ampliado el alcance de los grupos de interés externos que han participado**, con el objetivo de tener una mayor representación de todos aquellos con los que nos relacionamos. Así, han participado en el análisis de este año un total de 104 organizaciones externas.

PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS EN EL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD DE INDITEX

| | | |
|------------------------|----------------------------|---------------------|
| EMPLEADOS | ORGANISMOS INTERNACIONALES | UNIVERSIDADES |
| SINDICATOS | ONGs | COMUNIDADES LOCALES |
| MEDIOS DE COMUNICACIÓN | FRANQUICIAS | PROVEEDORES |

Cabe destacar la participación de nuestro Consejo Social en la realización del análisis de materialidad, como órgano colegiado, integrado por personas externas e independientes a Inditex, asesor del Grupo en materia de sostenibilidad.

El proceso de identificación de los asuntos materiales y la determinación de su alcance se realiza en atención a las recomendaciones recogidas en los estándares de *Global Reporting Initiative* y más concretamente en el estándar GRI 101: Fundamentos 2016. Para la identificación de los asuntos relevantes se tiene en cuenta, entre otras consideraciones, si la empresa puede o no tener impacto sobre los mismos tanto en el corto, como en el medio y largo plazo. Para su priorización se presentan los asuntos identificados a distintos grupos de interés internos y externos, que valoran su relevancia.

El resultado es una matriz de materialidad donde se reflejan 20 asuntos materiales representados en base

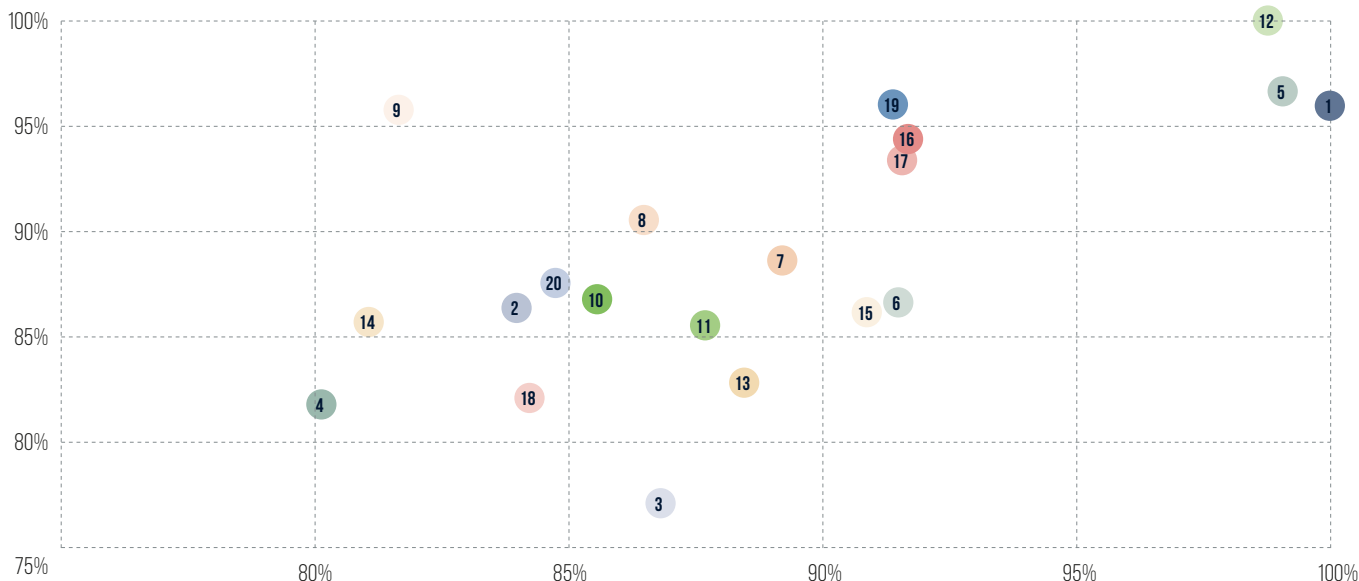
a su relevancia para los grupos de interés internos y externos. El número de asuntos materiales se ha reducido de 32 a 20 ya que **este año se ha realizado un ejercicio de agrupación de asuntos en grandes temas materiales**, con el objetivo de obtener una mayor diferenciación en la priorización. Así, cada uno de los 20 asuntos materiales resultantes incluye distintos subtemas que también son tenidos en cuenta a la hora de valorar su materialidad.

Inditex siempre ha seguido las principales y más innovadoras tendencias de *reporting*, también para la realización de su análisis de materialidad. Así, en el ejercicio 2020 hemos comenzado a realizar un proceso de valoración de inclusión del concepto de doble materialidad (en el que se combinan los enfoques de materialidad financiera y de materialidad en base al impacto de la empresa en materia de sostenibilidad para la identificación y priorización de los asuntos materiales), a fin de incorporar esta práctica en próximos ejercicios de reporte.

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE MATERIALIDAD DE INDITEX

| | |
|-----------------------|--|
| IDENTIFICACIÓN | Análisis e identificación de asuntos relevantes. Evaluación de la cobertura de cada asunto relevante. |
| PRIORIZACIÓN | Presentación de los asuntos relevantes a grupos de interés internos y externos para valorar su relevancia en los impactos económicos, sociales y medioambientales y la influencia de los asuntos en sus decisiones y expectativas. |
| VALIDACIÓN | Validación del resultado de la matriz de materialidad para asegurar que refleja de manera razonable y equilibrada los asuntos relevantes para la organización. Validación interna por parte de la dirección de Inditex y externa a través de su Consejo Social. |
| REVISIÓN | Las conclusiones de la revisión interna y externa de la matriz de materialidad del anterior ejercicio han sido aplicadas durante el ejercicio de materialidad. |

MATRIZ DE MATERIALIDAD RELEVANCIA EXTERNA VS. RELEVANCIA INTERNA



| Nº | ASUNTO MATERIAL | SUBTEMAS |
|----|---|--|
| 1 | COMPORTAMIENTO ÉTICO Y GOBIERNO | GOBIERNO CORPORATIVO SOSTENIBLE ÉTICA CORPORATIVA CUMPLIMIENTO NORMATIVO Y PRÁCTICAS RESPONSABLES ANTICORRUPCIÓN MECANISMOS DE RECLAMACIÓN |
| 2 | SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL DE RIESGOS | SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL DE RIESGOS FINANCIEROS SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL DE RIESGOS NO FINANCIEROS CIBERSEGURIDAD |
| 3 | RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS | COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS TRANSPARENCIA Y DIÁLOGO CONTINUO ALIANZAS Y COLABORACIONES |
| 4 | COMUNICACIÓN RESPONSABLE | COMUNICACIÓN Y MARKETING RESPONSABLE INFORMACIÓN Y ETIQUETADO DE PRODUCTOS GESTIÓN DE LA MARCA |
| 5 | TRANSPARENCIA Y TRAZABILIDAD DE LA CADENA DE VALOR | TRAZABILIDAD DE LAS MATERIAS PRIMAS TRAZABILIDAD DE PROCESOS TRANSPARENCIA |
| 6 | PRÁCTICAS DE COMPRA RESPONSABLE | RELACIÓN CON PROVEEDORES FORMACIÓN Y COMPROMISOS SOBRE PRÁCTICAS RESPONSABLES |
| 7 | GENERACIÓN DE VALOR | DESEMPEÑO ECONÓMICO IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LA SOCIEDAD CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA Y TRANSPARENCIA FISCAL INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD |
| 8 | INNOVACIÓN | DIGITALIZACIÓN INNOVACIÓN EN SOSTENIBILIDAD INNOVACIÓN EN PROCESOS |
| 9 | ORIENTACIÓN AL CLIENTE | PRÁCTICAS COMERCIALES EXPERIENCIA DE COMPRA |
| 10 | DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN | DIVERSIDAD IGUALDAD INCLUSIÓN |

| Nº | ASUNTO MATERIAL | SUBTEMAS |
|----|---|--|
| 11 | CALIDAD DEL EMPLEO | EMPLEO REMUNERACIÓN RELACIONES LABORALES |
| 12 | DERECHOS HUMANOS | ESTRATEGIA DE DERECHOS HUMANOS PROCEDIMIENTOS DE DEBIDA DILIGENCIA |
| 13 | ENTORNOS SEGUROS Y SALUDABLES | CENTROS DE TRABAJO CADENA DE SUMINISTRO ESPACIO DE VENTA |
| 14 | GESTIÓN DEL TALENTO | ATRACCIÓN DEL TALENTO DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO RETENCIÓN DEL TALENTO |
| 15 | ENTORNOS PRODUCTIVOS SOCIALMENTE SOSTENIBLES | BIENESTAR DE LOS TRABAJADORES RELACIONES INDUSTRIALES SALARIOS DIGNOS EMPODERAMIENTO DE LA MUJER |
| 16 | CAMBIO CLIMÁTICO | DESCARBONIZACIÓN GESTIÓN DE LA ENERGÍA EMISIONES |
| 17 | MINIMIZACIÓN DE LA HUELLA AMBIENTAL | USO DEL AGUA GESTIÓN DE RESIDUOS GESTIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS Y PROCESOS SOSTENIBLES EN LA FABRICACIÓN |
| 18 | PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES | BIODIVERSIDAD BIENESTAR ANIMAL |
| 19 | SOSTENIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS | MATERIAS PRIMAS SOSTENIBLES CALIDAD, SALUD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO |
| 20 | CIRCULARIDAD | ECO - DISEÑO PACKAGING RECICLAJE |





2 Proteger

A nuestros clientes, a nuestras personas, a las comunidades en las que desarrollamos nuestro negocio y a nuestros inversores. Todos ellos esperan de nosotros más que un producto de moda, esperan un comportamiento ético, un fuerte gobierno corporativo: con unos sólidos sistemas de gestión y control de los riesgos, que generemos impacto socioeconómico en la sociedad, que nuestro empleo sea de calidad, que el respeto a los derechos humanos sea un eje vital y que protejamos el planeta.

2.1. Respuesta a los desafíos globales derivados de la covid-19

2.1.1. Salud, seguridad y bienestar de nuestras personas

Desde el comienzo de la pandemia de la covid-19, en Inditex hemos realizado un seguimiento continuo de su impacto, y de sus potenciales efectos a corto y medio plazo. Nuestra prioridad ha sido siempre la de garantizar la salud y el bienestar de nuestros empleados, clientes y de todas las personas que, directa o indirectamente, nos presten servicios o nos provean de bienes, necesarios para el normal funcionamiento de nuestra Compañía.

a) Cuidado de nuestras personas frente a la covid-19

En Inditex trabajamos para asegurar la salud y seguridad de nuestras personas, más aún en este difícil contexto. Por ello, hemos activado una serie de medidas para salvaguardar la salud y seguridad de nuestros empleados, intentando mantener la continuidad de nuestras operaciones en la medida de lo posible. Así, hemos trabajado sobre los siguientes aspectos:

- Definición de las medidas de prevención y protocolos a implantar en los distintos centros de trabajo y mercados.
- Normalización y adaptación de los procesos de trabajo de nuestro personal.
- Seguimiento de la aplicación eficaz de las medidas preventivas para proteger la salud de nuestros empleados.
- Información regular proporcionada a los empleados sobre las medidas de prevención indicadas en los protocolos corporativos y/o por las autoridades sanitarias y otras autoridades locales, la evolución de la pandemia, etc.
- Creación y consolidación de los comités de gestión de la emergencia, liderados por la dirección de cada unidad de negocio.
- Recopilación de datos sobre la situación epidemiológica y seguimiento del impacto de la covid-19 en nuestros empleados.

- Actualización de nuestros protocolos en base a la información publicada y verificación de su adecuación en todo momento a las normas aplicables y directrices emanadas de las distintas autoridades competentes en los distintos mercados.

Medidas higiénicas, técnicas y organizativas

En los primeros momentos de la crisis sanitaria, uno de nuestros principales objetivos fue proteger la salud de aquellos empleados que debían seguir prestando servicios esenciales y poner los medios necesarios para que el resto de nuestros equipos pudiese trabajar en remoto.

Posteriormente, a medida que se avanzaba en la reapertura, se activaron otras medidas encaminadas a gestionar el retorno de nuestros empleados a sus puestos de trabajo de manera ordenada y segura y el establecimiento de nuevas formas de trabajo.

Hemos puesto en marcha un plan de contingencia global en nuestros centros de trabajo para proteger a nuestros empleados frente a los posibles riesgos de contagio y propagación del virus, en el que se incluyen distintas medidas preventivas, organizativas y de coordinación sanitaria, aplicables en función de la gravedad de los distintos escenarios.

- Medidas higiénicas:

Se han difundido pautas de higiene y facilitado material de protección personal, al tiempo que se estableció el uso obligatorio de mascarilla. Además, se han elaborado planes para adaptar nuestras medidas de limpieza y desinfección a la crisis sanitaria, incluyendo la desinfección de superficies y equipos de trabajo, realizando un seguimiento de las mismas.

- Medidas técnicas:

- Nuevos ajustes en los sistemas de climatización para garantizar la renovación del aire exterior y el aumento del caudal.



ASUNTOS
MATERIALES
RELACIONADOS

ENTORNOS
SEGUROS Y
SALUDABLES;
GENERACIÓN DE
VALOR, RELACIÓN
CON LOS GRUPOS
DE INTERÉS





Desde el inicio de la pandemia pusimos en marcha un plan de contingencia global en nuestros centros de trabajo para proteger a nuestros empleados frente a los riesgos de contagio y propagación del virus.

- Controles de acceso y medición de temperatura corporal en varios mercados.
- Acciones para garantizar el cumplimiento de las distancias sociales, acorde al marco legal de cada mercado, reforzadas con medidas de aislamiento, como la colocación de mamparas de separación.
- Medidas para evitar el contacto con determinadas superficies (por ejemplo, el uso de fuentes de agua sin contacto) o restricciones de acceso y/o uso.
- Nueva señalización en los centros de trabajo, estableciendo consignas en las tiendas para nuestros clientes.

- Medidas organizativas⁽¹⁾:

- Adaptación de los turnos de trabajo y flexibilización de horarios de entrada, salida o descanso de nuestros empleados, para evitar concentraciones de personas.
- Restricción de visitas, viajes y participación en eventos.
- Procedimientos de trabajo para reducir la duración, frecuencia e intensidad de la exposición al riesgo.
- Hemos establecido la opción del teletrabajo para determinados puestos y/o actividades del Grupo que, por sus características, pueden realizarse en remoto, y se han establecido fórmulas para combinar el trabajo presencial y en remoto.
- Refuerzo del personal técnico y de seguridad para realizar el seguimiento y control del cumplimiento de las distintas medidas implantadas frente a la covid-19, así como del personal de los servicios médicos.
- En las sedes y centros logísticos, se han establecido medidas muy variadas para la creación de espacios y zonas comunes seguros (principalmente en comedores y zonas de descanso), como la reducción de los aforos, la señalización de las distancias, la retirada del

mobiliario para asegurar la distancia social y/o facilitar el tránsito de las personas y, en algunos casos, la colocación de mamparas protectoras.

- Instalación de mamparas protectoras en la mayor parte de los puestos de trabajo.
- Priorización de las videoconferencias y otras aplicaciones telemáticas y reducción de los aforos en salas de reuniones.
- Adaptación a la nueva normativa de las zonas para fumadores, alejándolas de las puertas y zonas de paso y garantizando en todo caso el cumplimiento de la distancia social.

Seguimiento de medidas de salud ante la covid-19:

Para la implementación de este plan de contingencia ha sido clave la labor de recopilación de publicaciones, nacionales e internacionales, relacionadas con las medidas preventivas de la covid-19 o las medidas generales de higiene en el entorno de trabajo, como la información publicada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) o la Organización Internacional del Trabajo (OIT), así como el seguimiento y el análisis de la ingente normativa emanada a lo largo de la crisis, de las autoridades competentes locales.

Para comprobar la correcta aplicación de las distintas medidas, se ha establecido un sistema de control del cumplimiento de los protocolos implantados contra la covid-19 que deben seguirse en los distintos centros de trabajo. Dicho sistema ha sido incorporado al sistema de gestión ISO 45001, sometido a un proceso de mejora continua.

| AUDITORÍAS COVID-19 | 2020 |
|-----------------------|-------|
| Europa | 2.110 |
| América | 103 |
| Asia y Resto el Mundo | 207 |

Además, se está realizando un seguimiento y análisis constante de la evolución epidemiológica, con el fin de prevenir y afrontar con éxito los eventuales impactos.

(1) Más información en el apartado 2.3.1. *Organización del trabajo* del presente Estado de Información No Financiera.

Durante el ejercicio 2020 se han impartido formaciones a nuestros empleados en todos los mercados y desarrollado otras acciones informativas sobre las distintas medidas frente a la covid-19.

| FORMACIÓN COVID-19 | HORAS DE FORMACIÓN 2020 |
|-----------------------|-------------------------|
| Europa | 23.616 |
| América | 2.252 |
| Asia y Resto el Mundo | 768 |

Adicionalmente se han realizado encuestas a nuestros empleados de tienda, en todos los mercados, para valorar su apreciación sobre las medidas implantadas contra la covid-19.

b) Protección de la seguridad y salud

En Inditex disponemos de una Política de Seguridad y Salud Laboral, cuya última versión ha sido aprobada por el Consejo de Administración en su sesión de 10 de septiembre de 2019. Esta norma señala que la Compañía *"cree firmemente que la salud y la seguridad en el trabajo permiten e incrementan la productividad y guían la forma en que la Compañía lleva a cabo sus actividades comerciales"*.

Durante el ejercicio social 2020 se ha consolidado el Certificado ISO 45001:2018, el más alto estándar internacional de Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud Laboral, en las sociedades de comercio y diseño de 16 mercados. Además, se ha avanzado en la transición hacia el estándar tanto en las sociedades de fabricación y logística en España como en las actividades de comercio de China, Rusia, Canadá, Rumania, Argentina, Uruguay, Eslovenia, Luxemburgo, Montenegro y Serbia con el objetivo de obtener esta certificación en 2021, así como la actividad logística del Centro de Distribución de Cajamar, en Brasil.

Gestión de emergencias

Con el objetivo de mantener en todo momento una gestión activa de los riesgos que se puedan producir en cualquier centro de trabajo y en línea con nuestra filosofía de atender al principio de precaución, se han diseñado, elaborado e implantado **Planes de Emergencia y Evacuación y Planes de Autoprotección** que establecen los criterios organizativos y funcionales en las distintas instalaciones para **prevenir, controlar y dar una respuesta adecuada, desde su origen**, a las posibles situaciones de emergencia que se puedan producir, generando un posible daño a personas y/o a sus bienes.

A través de dichos planes, cumplimos con los requisitos normativos aplicables en materia de prevención de

riesgos laborales y seguridad y salud laboral, así como a los requisitos internos establecidos por el Grupo para los centros de trabajo.

En definitiva, estos Planes de Emergencia y Evacuación y Planes de Autoprotección recogen las acciones necesarias para la prevención y control, así como las medidas de protección y otras actuaciones a adoptar en caso de emergencias.

Durante los tres últimos ejercicios se han realizado las siguientes actuaciones:

EJERCICIO 2020:

| CADENA | PLAN AUTOPROTECCIÓN | | PLAN EMERGENCIA Y EVACUACIÓN | |
|---------------|---------------------|-----------|------------------------------|------------|
| | NUEVO | NUEVO | ACTUALIZACIÓN EXISTENTE | |
| Bershka | | 14 | | 10 |
| Massimo Dutti | | 4 | | 7 |
| Oysho | | 1 | | 12 |
| Pull&Bear | | 7 | | 46 |
| Stradivarius | | 21 | | 11 |
| Uterqüe | | 1 | | 2 |
| Zara | 2 | 22 | | 83 |
| Zara Home | | 1 | | 7 |
| TOTAL | 2 | 71 | | 178 |

EJERCICIO 2019:

| CADENA | PLAN AUTOPROTECCIÓN | | PLAN EMERGENCIA Y EVACUACIÓN | |
|---------------|---------------------|------------|------------------------------|-----------|
| | NUEVO | NUEVO | ACTUALIZACIÓN EXISTENTE | |
| Bershka | | 10 | | 8 |
| Massimo Dutti | | 13 | | 8 |
| Oysho | | 12 | | |
| Pull&Bear | | 18 | | 26 |
| Stradivarius | | 21 | | 2 |
| Uterqüe | | 1 | | 3 |
| Zara | 1 | 29 | | 28 |
| Zara Home | | 4 | | |
| TOTAL | 1 | 108 | | 75 |

EJERCICIO SOCIAL 2018:

| CADENA | PLAN AUTOPROTECCIÓN | | PLAN EMERGENCIA Y EVACUACIÓN | |
|---------------|---------------------|------------|------------------------------|-----------|
| | NUEVO | NUEVO | ACTUALIZACIÓN EXISTENTE | |
| Bershka | | 10 | | 8 |
| Massimo Dutti | | 13 | | 8 |
| Oysho | | 12 | | |
| Pull&Bear | | 18 | | 26 |
| Stradivarius | | 21 | | 2 |
| Uterqüe | | 1 | | 3 |
| Zara | 1 | 29 | | 28 |
| Zara Home | | 4 | | |
| TOTAL | 1 | 108 | | 75 |

PLANES DE EMERGENCIA, AUTOPROTECCIÓN Y EVACUACIÓN

| MERCADO | 2020 | 2019 | 2018 |
|---------------------------|------|------|------|
| España | 246 | 184 | 322 |
| Albania | 41 | 33 | 38 |
| Argentina | 11 | 11 | 11 |
| Australia & Nueva Zelanda | 19 | 2 | 0 |
| Austria | 25 | 23 | 24 |
| Bielorrusia | 0 | 0 | 25 |
| Bélgica | 0 | 3 | 0 |
| Bosnia Herzegovina | 4 | 16 | 13 |
| Brasil | 7 | 2 | 0 |
| Bulgaria | 35 | 40 | 39 |
| Canadá | 0 | 0 | 43 |
| Chile | 1 | 0 | 13 |
| Croacia | 3 | 10 | 43 |
| Dinamarca | 0 | 0 | 17 |
| Finlandia | 0 | 0 | 8 |
| Francia | 378 | 300 | 0 |
| Alemania | 122 | 138 | 0 |
| Grecia | 164 | 166 | 165 |
| Hungría | 39 | 39 | 39 |
| India | 0 | 0 | 0 |
| Irlanda | 20 | 0 | 13 |
| Italia | 70 | 285 | 287 |
| Japón | 4 | 3 | 3 |
| Kazajistán | 2 | 36 | 80 |
| Luxemburgo | 0 | 12 | 0 |
| Macedonia | 0 | 5 | 5 |
| China Continental | 167 | 164 | 0 |
| México | 315 | 116 | 38 |
| Montenegro | 0 | 2 | 0 |
| Países Bajos | 0 | 0 | 0 |
| Noruega | 0 | 1 | 8 |
| Polonia | 245 | 248 | 238 |
| Portugal | 18 | 0 | 0 |
| Rep. Checa | 22 | 0 | 24 |
| Rumanía | 143 | 0 | 10 |
| Rusia | 124 | 0 | 123 |
| Serbia | 23 | 0 | 26 |
| Eslovaquia | 16 | 16 | 16 |
| Eslovenia | 16 | 5 | 40 |
| Sudáfrica | 0 | 0 | 9 |
| Corea del Sur | 40 | 46 | 1 |
| Suecia | 2 | 0 | 0 |
| Suiza | 40 | 0 | 0 |
| Turquía | 229 | 0 | 15 |
| Ucrania | 0 | 0 | 0 |
| Reino Unido | 14 | 0 | 49 |
| Uruguay | 4 | 0 | 4 |
| USA | 16 | 0 | 2 |
| Estados Unidos | 16 | 0 | 2 |

- Otras actividades en materia de gestión de emergencias se resumen en los siguientes cuadros:

EJERCICIO 2020

| CENTRO DE TRABAJO | DESCRIPCIÓN |
|--|---|
| Industria de Diseño Textil S.A. Fábricas Bershka | Ejercicio teórico evacuación centro logístico Laracha |
| Fábricas | Ejercicio teórico evacuación |
| Bershka Indipunt Pull&Bear Logística Plataforma Logística Meco Oficinas Tordera (Todas las cadenas) Oysho Logística | Informe Evento Nueva Colección SS20 |
| Indipunt | Ejercicio teórico evacuación |
| Pull&Bear Logística | Actualización del Plan de Autoprotección y Simulacro |
| Plataforma Logística Meco | Actualización del Plan de Autoprotección |
| Oficinas Tordera (Todas las cadenas) | Informe Simulacro del proceso |
| Oysho Logística | Informe Simulacro del proceso |

EJERCICIO 2019

| CENTRO DE TRABAJO | DESCRIPCIÓN |
|---------------------------------|---|
| Pull&Bear Logística | PEE (OBRA) Comedor Provisional Narón |
| TEMPE, S.A. | Curso Presencial Equipos de Primera Intervención |
| Pull&Bear | Evento (Fundación El Instante) |
| Industria de Diseño Textil S.A. | PEE e Implantación Talent Centre Inditex Barcelona |
| Industria de Diseño Textil S.A. | PEE e Implantación Talent Centre Inditex Madrid |
| Plataforma Europa | Simulacro de Evacuación Plataforma |
| Plataforma Meco | Simulacro de Evacuación Plataforma |

Prevención de Lesiones Músculo-Esqueléticas

En relación a la prevención de las lesiones músculo-esqueléticas, en Inditex llevamos cabo una **evaluación permanente de las condiciones ergonómicas relativas a carga física** en las tareas realizadas en los centros de trabajo, tanto por nuestros equipos como por terceros que desempeñan su actividad en ellos. A través de dicha evaluación, y con un enfoque **exclusivamente preventivo**, identificamos las tareas que implican una manipulación manual de cargas, posturas forzadas y tareas repetitivas para planificar acciones preventivas sobre las condiciones ergonómicas, destinadas a la protección de la salud de los trabajadores.

Para ello, impartimos una formación inicial sobre lesiones músculo-esqueléticas a todos los trabajadores de nuestros centros logísticos y tiendas.

Durante el ejercicio social 2020 se han realizado sesiones formativas teórico-práctica con la finalidad de mejorar la concienciación corporal en las distintas tareas realizadas, se ha realizado un análisis postural de mejora ergonómica, utilizando un traje con sensores, y se ha realizado un estudio sobre las posturas y movimientos con mayor riesgo ergonómico dentro de las diferentes tareas realizadas por los operarios de logística y tiendas, que ha afectado a más de 11.000 trabajadores.

Promoción del bienestar

En Inditex entendemos la promoción y protección de la seguridad, salud y bienestar de todos los empleados como una prioridad. Durante el ejercicio 2020, las sociedades del Grupo en España, Italia, Reino Unido e Irlanda han mantenido la **certificación de Empresa Saludable**. Esta distinción identifica la transversalidad en la gestión de la Seguridad y Salud de las personas basada en los aspectos físicos, psicosociales, en los recursos destinados a la salud de los trabajadores y su participación en la comunidad, y está basado en el modelo de la OMS. Además, seguimos el objetivo de incluir en 2021 las sociedades del Grupo en Japón, Grecia, Portugal, México, China y Croacia en esta certificación.

En 2020 también hemos avanzado en la constitución de nuevos **Comités de Bienestar en todos los mercados y cadenas del Grupo**. Se trata de **órganos transversales para el fomento y la coordinación de distintas iniciativas y acciones para el bienestar de las personas**, en aspectos tan variados como diversidad, igualdad, promoción de la salud, inclusión, conciliación, salud mental y psicosocial, horarios, alimentación, ergonomía, espacios de trabajo, actividades deportivas, movilidad de empleados, eventos y acciones sociales (días mundiales y participación de los empleados en la comunidad).

Teniendo en cuenta las especiales circunstancias del momento, en 2020 celebramos el Día Mundial de Seguridad y Salud en el trabajo bajo el lema "Una actitud saludable frente a la covid-19". Esta campaña global de concienciación se extendió a todos los mercados en los que opera Inditex y a todas las sociedades del Grupo.

Inditex también cuenta con el portal *InHealth*, dedicado a la promoción de la salud y los hábitos saludables para los empleados del Grupo, a través de noticias, acciones o retos adaptados a su ámbito laboral, que tiene como objetivo concienciar sobre la importancia de mantener un equilibrio entre cuerpo, mente y emociones. Actualmente, este portal está disponible en 19 mercados tras su lanzamiento durante 2020 en China Continental, Albania, Países Bajos y

Rusia. Además, esperamos implantarlo en Japón y Brasil en 2021. Esta plataforma recibe más de 67.000 visitas anuales.

c) Indicadores de seguridad y salud

En 2020, hemos recogido información sobre siniestralidad en las actividades propias de logística, tiendas, oficinas y fabricación. Entre los riesgos que hemos estudiado, se encuentran las caídas a mismo y distinto nivel, así como esguinces o torceduras por sobre esfuerzo en la actividad. Así, trabajamos en medidas preventivas correctoras como las expuestas en el punto anterior.

Para el análisis de indicadores de seguridad y salud, consideramos un accidente de trabajo a toda lesión corporal que el trabajador sufra con ocasión o por consecuencia del trabajo que ejecuta por cuenta ajena; y enfermedad profesional a aquella contraída a consecuencia del trabajo ejecutado por cuenta ajena en las actividades que se especifiquen en el cuadro de enfermedades profesionales de la actividad según el marco legal local. Esta enfermedad debe proceder de la acción de elementos o sustancias que en dicho cuadro se indiquen para cada enfermedad profesional.

En 2020, hemos registrado seis casos de accidentes laborales con recuperación superior a 180 días en España, y ningún accidente grave en el resto de mercados que cualifiquen como tal de acuerdo con este criterio o con el local aplicable. Por otro lado, no se ha registrado ningún fallecimiento resultante de una lesión o accidente en el trabajo en ninguno de los mercados donde el Grupo opera.

Otros índices de siniestralidad:

EJERCICIO 2020⁽²⁾

| ESPAÑA | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽³⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽⁴⁾ | ÍNDICE DE GRAVEDAD ⁽⁵⁾ |
|----------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| TIENDAS PROPIAS | | | |
| Mujeres | 14,08 | 14,81 | 1,08 |
| Hombres | 12,17 | 12,88 | 1,6 |
| CENTROS LOGÍSTICOS | | | |
| Mujeres | 68,99 | 72,38 | 1,24 |
| Hombres | 81,95 | 76,80 | 1,18 |
| FÁBRICAS PROPIAS | | | |
| Mujeres | 8,40 | 6,93 | 1,14 |
| Hombres | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| SERVICIOS CENTRALES | | | |
| Mujeres | 2,68 | 1,77 | 0,38 |
| Hombres | 2,5 | 1,4 | 0,47 |

(2) En proceso de implantación en Sistemas para reportar el dato sobre índice de gravedad en ámbito Europa, América, Asia y resto del mundo.

(3) Índice de Incidencia con baja= (Nº de accidentes con baja *1.000) / Media de trabajadores.

(4) Índice de frecuencia= (Nº de accidentes con baja *1.000.000) / Horas trabajadas.

(5) Índice de gravedad= (Días de baja *1.000) / Horas trabajadas.

| EUROPA ⁽⁶⁾ | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽¹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽²⁾ |
|-----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mujeres | 13,06 | 14,76 |
| Hombres | 15,31 | 17,29 |

| ASIA Y RESTO DEL MUNDO ⁽⁷⁾ | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽¹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽²⁾ |
|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mujeres | 4,50 | 3,73 |
| Hombres | 4,00 | 3,26 |

| AMÉRICA ⁽⁸⁾ | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽¹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽²⁾ |
|------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mujeres | 40,86 | 45,84 |
| Hombres | 31,20 | 34,20 |

Enfermedades profesionales:

| ESPAÑA | CENTROS LOGÍSTICOS | TIENDAS PROPIAS | FÁBRICAS PROPIAS |
|---------|--------------------|-----------------|------------------|
| Mujeres | 4 | 1 | 2 |
| Hombres | 10 | 0 | 0 |

| RESTO | EUROPA | ASIA Y RESTO DEL MUNDO | AMÉRICA |
|---------|--------|------------------------|---------|
| Mujeres | 21 | 0 | 23 |
| Hombres | 3 | 0 | 11 |

EJERCICIO 2019

| ESPAÑA | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽¹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽²⁾ | ÍNDICE DE GRAVEDAD ⁽³⁾ |
|----------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| TIENDAS PROPIAS | | | |
| Mujeres | 19,28 | 10,71 | 0,19 |
| Hombres | 13,31 | 7,39 | 0,15 |
| CENTROS LOGÍSTICOS | | | |
| Mujeres | 100,45 | 55,80 | 1,58 |
| Hombres | 107,94 | 59,97 | 1,53 |
| FÁBRICAS PROPIAS | | | |
| Mujeres | 58,12 | 32,29 | 0,99 |
| Hombres | 64,91 | 36,06 | 1,88 |
| SERVICIOS CENTRALES | | | |
| Mujeres | 3,51 | 1,95 | 0,03 |
| Hombres | 2,48 | 1,38 | 0,00 |

| EUROPA | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽¹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽²⁾ |
|---------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mujeres | 20,80 | 17,50 |
| Hombres | 17,30 | 13,50 |

| ASIA Y RESTO DEL MUNDO | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽¹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽²⁾ |
|------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mujeres | 3,50 | 2,60 |
| Hombres | 2,80 | 2,00 |

| AMÉRICA | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽¹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽²⁾ |
|---------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mujeres | 17,90 | 13,00 |
| Hombres | 15,40 | 10,70 |

Enfermedades profesionales:

| ESPAÑA | CENTROS LOGÍSTICOS | TIENDAS PROPIAS | FÁBRICAS PROPIAS |
|---------|--------------------|-----------------|------------------|
| Mujeres | 10 | 1 | 9 |
| Hombres | 9 | 0 | 0 |

EJERCICIO 2018

| ESPAÑA | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽¹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽²⁾ | ÍNDICE DE GRAVEDAD ⁽³⁾ |
|----------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| TIENDAS PROPIAS | | | |
| Mujeres | 18,00 | 14,70 | 0,41 |
| Hombres | 20,70 | 14,60 | 0,25 |
| CENTROS LOGÍSTICOS | | | |
| Mujeres | 107,80 | 70,90 | 1,96 |
| Hombres | 126,50 | 78,80 | 1,65 |
| FÁBRICAS PROPIAS | | | |
| Mujeres | 73,80 | 53,60 | 1,82 |
| Hombres | 167,70 | 102,00 | 3,00 |
| SERVICIOS CENTRALES | | | |
| Mujeres | 3,20 | 1,80 | 0,05 |
| Hombres | 2,20 | 1,20 | 0,07 |

| EUROPA | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽¹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽²⁾ |
|---------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mujeres | 19,30 | 16,90 |
| Hombres | 17,00 | 14,70 |

(6) Alemania, Bélgica, Croacia, Francia, Grecia, Italia, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rumania, Rusia Serbia, Suiza y Turquía.

(7) Australia, Corea del Sur, Japón, China Continental y Sudáfrica.

(8) Argentina, Canadá, Chile, Estados Unidos, México y Uruguay.



| ASIA Y RESTO DEL MUNDO | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽⁹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽⁹⁾ |
|------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mujeres | 6,70 | 5,40 |
| Hombres | 3,50 | 2,80 |

| AMÉRICA | ÍNDICE DE INCIDENCIA ⁽⁹⁾ | ÍNDICE DE FRECUENCIA ⁽⁹⁾ |
|---------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mujeres | 12,00 | 9,10 |
| Hombres | 11,40 | 8,50 |

Accidentes de empleados de empresas externas:

| MERCADO | 2020 |
|----------|------|
| España | 5 |
| Alemania | 3 |
| Rusia | 1 |

En el ejercicio social 2020, el número total de horas de absentismo por incapacidad temporal, correspondiente al 96%⁽⁹⁾ de empleados del Grupo (incluyendo todos los empleados de logística y tiendas del mundo y oficinas en España, ascendió a 10.761.725 horas (10.275.537 horas en 2019, correspondiente al 92% de los empleados y 9.107.205 horas en 2018, correspondiente al 83% de los empleados).

El número total de horas trabajadas durante el ejercicio 2020, correspondiente al 92% de empleados del Grupo (incluyendo todos los empleados de logística y tiendas del mundo), ascendió a 132.302.227 horas.

(9) La información correspondiente al 4% restante no se encuentra disponible.



2.1.2. Protección de los trabajadores de la cadena de suministro

La emergencia sanitaria ha traído consigo retos comunes en la gestión social de la cadena de suministro textil global, si bien la intensidad de su impacto ha sido diferente en cada mercado. En Inditex hemos articulado nuestra respuesta a estos desafíos en la cadena de suministro en base a cuatro pilares, tomando como referencia conceptual el *Marco de la ONU para la respuesta socioeconómica inmediata ante el covid-19*.

Para Inditex **la promoción y respeto de los Derechos Humanos y laborales** de los trabajadores de la cadena de suministro es clave. Ante la situación provocada por la covid-19, **nuestro foco en el trabajador** no ha cambiado, sino que se ha visto reforzado y afianzado.

RESPUESTA ANTE LA COVID-19 EN LA CADENA DE SUMINISTRO

| | |
|--|------------------------------------|
|  | LA SALUD EN PRIMER LUGAR |
|  | PROTEGER A LAS PERSONAS |
|  | RESPUESTA ECONÓMICA Y RECUPERACIÓN |
|  | COLABORACIÓN MULTILATERAL |



Desde los primeros momentos de la crisis sanitaria desarrollamos una estrategia global de respuesta para nuestra cadena de suministro, con el fin de apoyar a nuestros proveedores y fabricantes.

a) La salud, en primer lugar

Como respuesta a la crisis sanitaria, en Inditex pusimos en marcha una estrategia para reforzar la protección de la salud en nuestra cadena de suministro, que está alineada con la estrategia de salud y seguridad laboral ya incluida dentro del plan estratégico *Trabajador en el Centro 2019-2022*. Contar con esta estrategia nos ha permitido estructurar **una rápida respuesta global en una materia tan relevante como es la salud.**

i Más información sobre nuestra estrategia *Trabajador en el Centro 2019-2022* en el apartado 3.6.1 del presente Estado de Información No Financiera.

En este sentido, desde los primeros momentos de la crisis, desarrollamos esta estrategia global de respuesta para nuestra cadena de suministro, con el fin de **apoyar a nuestros proveedores y fabricantes** y ayudarles en la introducción de medidas específicas orientadas a la **prevención de la covid-19** en los entornos de trabajo.

Para la implementación de esta estrategia ha sido fundamental la labor desarrollada por nuestros equipos internos. Desde Inditex recopilamos publicaciones nacionales e internacionales relacionadas con las medidas preventivas de la covid-19 así como medidas generales de higiene en el entorno de trabajo. Entre otras,



se ha tomado como referencia la información publicada por la OMS, la Organización Internacional del Trabajo, el U.S. Department of Health & Human Services, el Canadian Centre for Occupational Health and Safety, o el National Health Service of the United Kingdom. Algunos de los materiales de referencia utilizados son las guías *Immunization Coverage* y *Getting your workplace ready for covid-19* de la OMS, o la Guía sobre la Preparación de los Lugares de Trabajo para el virus covid-19 del Departamento de Trabajo de Estados Unidos. Con este material **hemos desarrollado guías de implementación práctica para facilitar la correcta aplicación de las medidas necesarias y proteger la salud del trabajador**. Además, estas guías han servido como material de apoyo para formaciones a nuestros proveedores y fabricantes.

Este análisis, la recopilación de publicaciones y la elaboración de materiales de apoyo fueron fundamentales en el desarrollo de nuestra estrategia, ya que nos ayudaron a contrastar diferentes enfoques ante un reto común y a establecer prioridades en nuestras acciones.

Asimismo, nuestra participación en organizaciones como ACT (*Action, Collaboration, Transformation*) (en adelante, "ACT") o el *Accord* de Bangladés (Acuerdo sobre Seguridad Antincendios y de Edificios en Bangladés, conocido como *Accord*, por su denominación en inglés), que han abordado este tema en su agenda, nos ha permitido dar respuesta a esta crisis sanitaria también con un enfoque colaborativo a nivel industria.

Información

| | |
|--|-----------|
| Nº PROVEEDORES Y FABRICANTES INFORMADOS DIRECTAMENTE | 1.436 |
| Nº TRABAJADORES ALCANZADOS | 1.587.693 |

El primer pilar de nuestra estrategia se centra en asegurar que nuestros proveedores y fabricantes disponen tanto de la normativa como de la información elaborada por las autoridades nacionales pertinentes sobre las medidas de prevención de la salud que deben ser aplicadas en sus entornos de trabajo.

En este sentido, realizamos comunicaciones directas facilitando esta información a proveedores y fabricantes de nuestra cadena de suministro en Bangladés, Camboya, India, Marruecos, Myanmar, Pakistán y Portugal. A través de estas comunicaciones hemos reforzado **la importancia de implementar las medidas necesarias para la protección de la salud en los entornos de trabajo**, en línea con los requisitos establecidos específicamente en relación con la covid-19 y con lo recogido en nuestro Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores. En estas comunicaciones también se destacó **la importancia de mantenerse actualizado ante nuevas publicaciones de las autoridades públicas** sobre los requisitos y recomendaciones aplicables, dada la alta incertidumbre en este sentido durante los primeros momentos de la crisis.

En particular, el *Accord* ha recopilado, en colaboración con sus marcas firmantes, información sobre las medidas preventivas de la covid-19 implementadas en las fábricas de Bangladés. Asimismo, se ha facilitado la detección y reducción de riesgos para la salud en los entornos de trabajo a través de la notificación directa por parte de los propios trabajadores, mediante el canal de quejas y reclamaciones de esta organización, donde los trabajadores pueden notificar posibles incidencias.

Evaluación

| | |
|--|---------|
| Nº PROVEEDORES Y FABRICANTES EVALUADOS | 429 |
| Nº EVALUACIONES REALIZADAS | 574 |
| Nº TRABAJADORES ALCANZADOS | 554.733 |

El segundo pilar de la estrategia se basa en un conjunto de **mecanismos de evaluación y autoevaluación** diseñados especialmente por nuestros equipos para esta temática, que nos permiten **verificar la aplicación de las medidas de prevención** necesarias. Estas evaluaciones están orientadas a verificar las medidas implementadas en los entornos de trabajo en relación con la higiene respiratoria, la distancia social, la desinfección de superficies, el control de síntomas o los procedimientos de actuación ante sospecha de casos positivos, entre otros aspectos relacionados con la enfermedad. Partiendo de esta base común de aspectos a verificar, se llevan a cabo autoevaluaciones y evaluaciones, adaptadas a los requisitos establecidos en cada país.

En particular, las autoevaluaciones fueron realizadas por fabricantes y proveedores de nuestra cadena de suministro en Bangladés, India, Marruecos, Pakistán, Portugal y Turquía. Estas autoevaluaciones han sido una herramienta especialmente relevante en este periodo, ya que **nos han permitido mantener el apoyo a los proveedores y verificar las condiciones en nuestra cadena de suministro**, limitando a la vez la presencia de personal externo en los entornos de trabajo.

Asimismo, se realizó un proyecto piloto específico en Marruecos con visitas combinadas de verificación de la salud y de trazabilidad de la producción. Este piloto dio continuidad a las autoevaluaciones realizadas y permitió poner a prueba plataformas de monitorización *online* de las condiciones de salud en las fábricas en materia de covid-19.

Mejora

| | |
|---------------------------------------|---------|
| Nº PROVEEDORES Y FABRICANTES FORMADOS | 301 |
| Nº PLANES DE MEJORA REALIZADOS | 34 |
| Nº TRABAJADORES ALCANZADOS | 169.845 |

La formación a nuestros proveedores y fabricantes ha sido clave para la correcta aplicación de las medidas de prevención y protección de la salud. En este sentido, llevamos a cabo **formaciones** directamente o en colaboración con otras organizaciones **para acompañar a nuestros proveedores y fabricantes y conseguir así un entorno laboral más saludable**. A lo largo de 2020, se realizaron formaciones en China, impartidas directamente por nuestro equipo, en Portugal con la *Universidade do Minho*, en Vietnam con la *TDT University* y en India y Turquía, en colaboración con consultoras nacionales. A excepción de las formaciones impartidas en Vietnam, realizadas en un centro especializado de salud y seguridad, el resto de formaciones fueron impartidas *online*.

Por otra parte, la **monitorización y el establecimiento de planes de mejora** completan las iniciativas de acompañamiento realizadas bajo esta estrategia.

De este modo, tanto a través de plataformas de seguimiento *online* como a través de verificaciones regulares se ha dado apoyo a nuestros proveedores y fabricantes con el fin de **asegurar el cumplimiento de los requisitos y recomendaciones aplicables**.

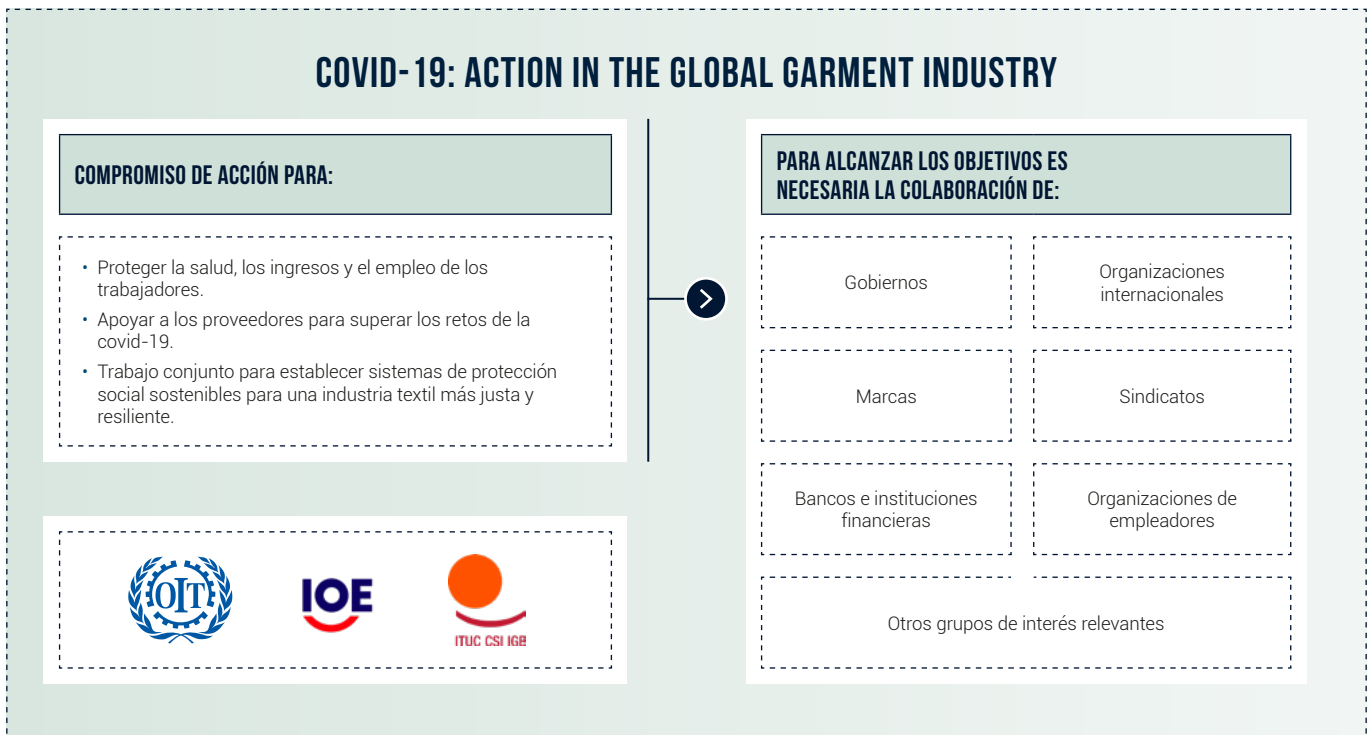
Además, como miembros de ACT, hemos apoyado la campaña liderada por GIZ y la Organización Internacional del Trabajo para el transporte seguro de trabajadores durante la pandemia en Myanmar. También con un enfoque colaborativo, Inditex y otras marcas de ACT, junto con IWFM (sindicato afiliado a *IndustriALL* en Myanmar) y el grupo de trabajo de empleadores (formado por proveedores de marcas de ACT), publicaron un comunicado conjunto reconociendo la importancia de promover el cumplimiento de las regulaciones y requisitos aplicables en materia de

salud para los trabajadores de Myanmar del sector del calzado y textil para garantizar unos entornos de trabajo seguros y saludables.

b) Proteger a las personas

En Inditex, creemos que la colaboración entre los grupos de interés es clave para generar un impacto directo en las condiciones laborales de los trabajadores que integran la cadena de suministro. Por ello, desde la aparición de la pandemia de la covid-19, hemos colaborado activamente con distintos actores en la configuración de una respuesta global que pudiese hacer frente a sus efectos adversos, con el objetivo de proteger a los trabajadores del sector, no sólo en lo que a salud se refiere, sino también desde el punto de vista de la protección social y del empleo.

En este sentido, Inditex ha tenido un rol muy activo en la génesis y posterior respaldo formal de la **iniciativa Covid-19: Action in the Global Garment Industry, cuyo objetivo es articular una respuesta urgente a los efectos económicos derivados de la covid-19** con foco en la protección de los ingresos, la salud y el empleo de los trabajadores de la confección a través de la movilización de fondos desde las instituciones financieras internacionales y el apoyo al desarrollo de esquemas de protección social en los países. El documento que rige esta iniciativa ha sido acordado por la Organización Internacional de Empleadores (OIE), la Confederación Sindical Internacional (CSI) e *IndustriALL* Global Union con el apoyo técnico de la OIT. Asimismo, éste fue rápidamente respaldado por diversas marcas internacionales como Inditex, además de distintas organizaciones empresariales, sindicales y de distinta índole.



Las organizaciones que respaldan esta iniciativa han fijado las siguientes **prioridades**:

- Hacer un **llamamiento a gobiernos e instituciones financieras** para acelerar el acceso al crédito, los beneficios de desempleo y el apoyo a los ingresos, entre otras formas de apoyo destinadas a trabajadores y empleadores.
- Colaborar con instituciones financieras, gobiernos y donantes para, a través de fondos de ayuda de emergencia, créditos y préstamos a corto plazo, **apoyar la movilización de fondos de forma rápida e innovadora** con el fin de proporcionar apoyo a los ingresos de los trabajadores.
- Movilizar fondos para permitir a los fabricantes garantizar la continuidad del negocio, incluido el **pago de salarios para todos los trabajadores**.
- Incidir en la **promoción del respeto de los derechos laborales fundamentales** estipulados por la OIT, así como en la promoción de lugares de trabajo seguros y saludables.
- Apoyar el **desarrollo de sistemas de protección social** para trabajadores y empleadores de la industria textil.

Para avanzar en la implementación de las prioridades de esta iniciativa, se ha creado un grupo de trabajo internacional constituido por 13 miembros donde Inditex ejerce, junto a otra empresa del sector, la representación de las marcas. Asimismo, se ha priorizado, con el apoyo de la Organización Internacional del Trabajo, la creación de plataformas nacionales que integren a los constituyentes locales y marcas internacionales. De este modo, se facilita el desarrollo de la iniciativa a nivel nacional involucrando a los principales grupos de interés en los países identificados como prioritarios, esto es, Bangladés, Camboya, Etiopía, Haití, India, Indonesia, Myanmar y Pakistán, aunque sin descartar la futura ampliación a otros países.

c) Respuesta económica y recuperación

De acuerdo con nuestra política de prácticas de compra responsable, **hemos garantizado el pago de todos los pedidos ya realizados y en fase de producción** como medida inmediata, de acuerdo con los términos originales y agilizando los pagos en aquellos casos en los que hubiese dificultades logísticas para la entrega de la mercancía. También **garantizamos el uso de la materia prima en posesión de los fabricantes para**

producciones del Grupo con condiciones favorables para el proveedor. Estos compromisos han facilitado a los proveedores el cumplimiento de sus obligaciones de pago de los salarios a los trabajadores, de manera que sus empleos e ingresos han quedado más protegidos.

La comunicación constante, rápida y efectiva con nuestros proveedores ha sido clave para dar visibilidad y confianza sobre el futuro de la cadena de suministro. Esta es una práctica que en Inditex llevamos a cabo de manera habitual, como parte de nuestro objetivo de mantener relaciones de confianza y colaboración con nuestros proveedores, y que ha demostrado ser clave ante los retos provocados por la covid-19.

Hemos estado en contacto regular con nuestros principales proveedores repasando ventas, proyección, situación del proveedor, etc. Esto ha permitido entender las necesidades de cada uno de ellos, y ofrecerles el apoyo necesario posible. Así, se ha facilitado la organización interna de los proveedores en lo que a producciones y personal se refiere, con el **objetivo de que la situación provocada en la cadena de suministro por la covid-19 tuviese el mínimo impacto posible** sobre los trabajadores.

Además, hemos trabajado activamente con entidades financieras de distinta naturaleza, bancos privados y organizaciones multilaterales, con las que Inditex mantiene relaciones históricas en diversos ámbitos, con el objetivo de mejorar y ampliar las condiciones de financiación disponibles para los proveedores y fabricantes de nuestra cadena de suministro. Nuestro objetivo ha sido que los proveedores tuvieran acceso a fuentes de financiación que les permitan superar el impacto económico producido por la pandemia, con la prioridad de garantizar el pago de salarios y el fortalecimiento de las medidas sanitarias y de seguridad necesarias para prevenir la expansión de la covid-19.

Fruto de nuestra colaboración con varias instituciones financieras, finalmente ha sido posible desarrollar tres programas, uno en Marruecos y dos en Bangladés, mediante los cuales los proveedores tienen acceso a préstamos en condiciones financieras atractivas.

d) Colaboración multilateral

Los efectos de la pandemia provocada por la covid-19 han reafirmado la necesidad de mantener **relaciones estables y sostenibles con los grupos de interés**, que permitan utilizar las relaciones industriales como elemento vertebrador para la **articulación de respuestas colectivas** a los retos generados por esta pandemia global.



Inditex e IndustriALL se han comprometido a trabajar conjuntamente en los planes de recuperación de la industria textil a nivel mundial.

Hemos sido proactivos desde el inicio de la pandemia y hemos unido fuerzas con las principales organizaciones de defensa de los derechos de los trabajadores: la federación internacional de sindicatos *IndustriALL Global Union*, *Ethical Trading Initiative* y *ACT (Action, Collaboration, Transformation)*.

En este sentido, **el diálogo social ha sido una de las herramientas fundamentales** para hacer frente a los efectos de la covid-19, promoviendo, a nivel individual, las relaciones con los grupos de interés principales de Inditex y a su vez implicando de una manera colectiva a todos los actores relevantes a nivel sectorial. Mediante estos dos enfoques complementarios es posible afrontar retos comunes a todos los grupos de interés con una visión de sostenibilidad que permita minimizar los efectos de la pandemia y hacer la industria textil mundial más resiliente ante cualquier nuevo desafío que se plantee en el futuro.

Cabe destacar la **cooperación entre Inditex e IndustriALL Global Union** (en adelante, también "**IndustriALL**"), desarrollada bajo el paraguas del Acuerdo Marco Global que ambas organizaciones mantienen desde 2007 y que ha sido renovado por última vez en 2019. Hemos mantenido una comunicación y trabajo constantes con el sindicato global desde el inicio de la pandemia para apoyar la recuperación económica y social de la industria, junto con los grupos de interés globales y nacionales.

i Más información en el apartado 3.6.2. sobre Contribución al desarrollo socioeconómico de los trabajadores y de la industria (Áreas de impacto prioritarias, subapartado a)) del presente Estado de Información No Financiera.

En este sentido, Inditex e *IndustriALL* se han comprometido a trabajar conjuntamente en los planes de recuperación de la industria textil a nivel mundial, tras la situación creada por la pandemia de la covid-19. Este compromiso se formalizó a través de una declaración conjunta el día 4 de agosto de 2020 y se asienta en la duradera colaboración de nuestra Compañía y el sindicato global.

Muchos mercados de producción textil han registrado grandes pérdidas de empleo y dificultades económicas para los trabajadores de esta industria durante los últimos meses. La declaración conjunta profundiza en el compromiso duradero de ambas organizaciones con los derechos de los trabajadores a la libertad de asociación, la negociación colectiva y el diálogo social, que se promueve

a todos los niveles respaldado por el trabajo conjunto con gobiernos y organizaciones empresariales en los mercados de aprovisionamiento.

Adicionalmente, el acuerdo destaca el compromiso constante de Inditex con **el mantenimiento de las condiciones de pago a sus proveedores de acuerdo con los términos originales de sus pedidos**, así como con **la ampliación del acceso de estos proveedores a facilidades de financiación** para reforzar su liquidez.

El acuerdo refuerza, de igual forma, el compromiso con otras iniciativas de diversos grupos de interés, incluyendo el *Covid-19: Action in the Global Garment Industry* de la OIT o la iniciativa ACT.

Por otra parte, hemos continuado aunando esfuerzos con otros grupos de interés e iniciativas, destacando aquellas de las que formamos parte tanto Inditex como *IndustriALL Global Union* y, por tanto, en las que es posible generar un impacto global que permita articular respuestas comunes a los efectos ocasionados por la pandemia de la covid-19.

De este modo, Inditex sigue jugando un rol fundamental junto con *IndustriALL Global Union* y otras 20 marcas globales del sector en la **iniciativa ACT (Action, Collaboration, Transformation)** que tiene como fin transformar la industria de la confección, textil y calzado y **lograr salarios dignos para los trabajadores a través de la negociación colectiva favorecida por las prácticas de compra responsables**. Durante el 2020 se han impulsado plataformas de diálogo entre los miembros del ACT, empleadores y los afiliados locales de *IndustriALL* en países como Bangladés, Camboya o Myanmar para colaborar conjuntamente en la respuesta a los efectos de la covid-19.

i Más información en el apartado 3.6.2. sobre Contribución al desarrollo socioeconómico de los trabajadores y de la industria (Áreas de impacto prioritarias, subapartado b)) y en el apartado 4.3.2. Gestión sostenible de la cadena de suministro (*Políticas, estándares y principios en los que basamos nuestra gestión de la cadena de suministro* subapartados a) y c)) del presente Estado de Información No Financiera.

Cabe destacar experiencias como la de Bangladés, en la que *IndustriALL Bangladeshi Council* (organización que aglutina a los afiliados de *IndustriALL* en el país), la organización empresarial BGMEA y los miembros del ACT acordaron monitorizar de una manera conjunta el pago de salarios y bonificaciones a los trabajadores y acordar un mecanismo provisional de resolución de conflictos



Hemos implantado medidas de seguridad y protocolos de prevención en nuestras tiendas que las han convertido en entornos seguros para todos nuestros clientes y empleados.

relacionados con esta materia en la cadena de suministro de las marcas del ACT en el país.

Además, también en 2020, varias marcas de ACT (entre ellas Inditex), junto con los representantes de los proveedores de ACT en Myanmar e IWFM, afiliado local de *IndustriALL*, hicieron pública una declaración conjunta *“Myanmar durante la crisis del covid-19: Trabajando juntos para proteger la salud y el bienestar de los trabajadores y apoyando el pago de Trabajadores y Fábricas”* donde se abarcan los aspectos fundamentales a afrontar por las partes de cara a mitigar los efectos de la pandemia global de la covid-19 en el país.

2.1.3. Espacio de venta

Proporcionar un ambiente seguro a nuestros clientes y empleados para evitar el contagio y propagación del coronavirus en un escenario de pandemia mundial es una de nuestras prioridades. En este sentido **se han implantado medidas de seguridad y se han diseñado protocolos de prevención** que permiten realizar acciones diarias dentro de entornos seguros para todos nuestros clientes y empleados.

Desde el inicio, nuestros equipos técnicos han monitorizado los requisitos legales en cada mercado, revisado toda la documentación científica disponible, colaborado con instituciones científicas y evaluado la eficacia de las tecnologías actuales. Finalmente, todas estas acciones nos han permitido centrar nuestra estrategia en las siguientes medidas:



Con el fin de mejorar nuestros protocolos de seguridad mantenemos una monitorización constante tanto de los progresos en el conocimiento del coronavirus como en los avances científico-técnicos para su inactivación y protección.

Adicionalmente, hemos iniciado un proyecto de investigación con la entidad de reconocido prestigio *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) para profundizar en el conocimiento del virus en diferentes condiciones medioambientales.



La prioridad de la Compañía, en un 2020 marcado por la pandemia covid-19, ha sido preservar el empleo.

2.2. Empleo

2.2.1. Introducción

En Inditex tenemos el compromiso de garantizar ambientes laborales estimulantes, estables y seguros, donde la igualdad de oportunidades y el desarrollo profesional sean una realidad y donde cuidemos de las condiciones de nuestras personas. Inditex está presente en multitud de mercados con realidades diversas. Esta circunstancia demanda respuestas locales para nuestros empleados que den lugar a entornos laborales de calidad en cada uno de los mercados donde el Grupo tiene presencia.

Durante el ejercicio 2020, marcado por la pandemia mundial de la covid-19, la prioridad y los esfuerzos de la Compañía se han centrado además en la preservación del empleo.

A medida que se decretaban los confinamientos y se limitaba la apertura de las tiendas al público debido a la situación sanitaria, se fueron analizando todos los mecanismos que se ponían a disposición de las empresas en los distintos mercados donde operamos (suspensiones temporales o similares) para lograr este objetivo.

En España, nuestro mercado sede y que concentra mayor número de empleados, la Empresa decidió no acogerse a los mecanismos previstos por la legislación en materia de regulación temporal de empleo (ERTE) y sufragar con recursos propios la remuneración de la plantilla en las distintas áreas de actividad (tiendas, centros logísticos, fábricas propias y sedes corporativas).

En el resto de los mercados se actuó de acuerdo con las legislaciones locales para hacer frente a la pandemia, con el objetivo principal, al igual que en España, de preservar el

empleo. En este sentido, los instrumentos para compensar las retribuciones de los empleados puestos a disposición por las distintas administraciones durante los periodos de restricciones debidas al covid, permitieron recuperar cerca de 137 millones de euros.

En función de la evolución sanitaria y de las fases de desescalada hemos seguido adaptando las medidas de seguridad y adecuando nuestras plantillas a los niveles de actividad, manteniendo la premisa de preservar el empleo.

2.2.2. Distribución de la plantilla por tipo de contrato

En este contexto, en Inditex hemos priorizado el mantenimiento del empleo indefinido fundamentalmente mediante el menor uso de contratos eventuales, así como la no renovación de los contratos temporales si en la fecha de vencimiento no existía un incremento de actividad que requiriese de su extensión. Al mismo tiempo, en los mercados donde se mantienen las medidas de protección de empleo, optamos por la extensión de los expedientes para seguir incluyendo parcialmente a la plantilla.

Ello ha conducido a que en el ejercicio 2020 el 87% de nuestras personas haya tenido un contrato indefinido (frente al 77% en 2019).

Las siguientes tablas exponen los diferentes tipos de contrato por género, edad y clasificación profesional⁽¹⁾

(1) Datos de % de tipos de contrato disponibles en el ejercicio 2020 para el 95,4% de la plantilla (no disponibles para los mercados de Bélgica y Polonia) (94,6% en 2019). Para el cálculo del número de contratos por género, edad y clasificación profesional se aplican los porcentajes correspondientes sobre el dato total de plantilla.



| | 2020 | | | | 2019 | | | | 2018 | | | |
|---|----------------|------------|---------------|------------|----------------|------------|---------------|------------|----------------|------------|---------------|------------|
| | INDEFINIDO | | TEMPORAL | | INDEFINIDO | | TEMPORAL | | INDEFINIDO | | TEMPORAL | |
| | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % |
| DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO | | | | | | | | | | | | |
| MUJER | 93.748 | 87% | 14.543 | 13% | 100.968 | 76% | 31.606 | 24% | 96.518 | 74% | 34.607 | 26% |
| HOMBRE | 31.690 | 88% | 4.135 | 12% | 34.219 | 78% | 9.818 | 22% | 30.655 | 71% | 12.606 | 29% |
| TOTAL | 125.438 | 87% | 18.678 | 13% | 135.187 | 77% | 41.424 | 23% | 127.173 | 73% | 47.213 | 27% |
| EDAD | | | | | | | | | | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 64.716 | 81% | 15.034 | 19% | 70.658 | 68% | 33.387 | 32% | 65.186 | 63% | 38.797 | 37% |
| DE 30 A 40 AÑOS | 41.677 | 93% | 3.031 | 7% | 44.874 | 87% | 6.711 | 13% | 44.145 | 86% | 7.155 | 14% |
| MÁS DE 40 AÑOS | 19.045 | 97% | 613 | 3% | 19.655 | 94% | 1.326 | 6% | 17.842 | 93% | 1.261 | 7% |
| TOTAL | 125.438 | 87% | 18.678 | 13% | 135.187 | 77% | 41.424 | 23% | 127.173 | 73% | 47.213 | 27% |
| CLASIFICACIÓN PROFESIONAL ⁽²⁾ | | | | | | | | | | | | |
| DIRECCIÓN | 11.451 | 96% | 539 | 4% | 9.268 | 89% | 1.146 | 11% | 7.000 | 90% | 808 | 10% |
| RESPONSABLE | 15.596 | 95% | 811 | 5% | 19.209 | 92% | 1.657 | 8% | 18.215 | 88% | 2.614 | 12% |
| ESPECIALISTA | 98.391 | 85% | 17.328 | 15% | 106.710 | 73% | 38.622 | 27% | 101.958 | 70% | 43.791 | 30% |
| TOTAL | 125.438 | 87% | 18.678 | 13% | 135.187 | 77% | 41.424 | 23% | 127.173 | 73% | 47.213 | 27% |

(2) La descripción de las funciones de los tres grupos de clasificación profesional es:

- Dirección: empleados en posiciones de dirección con responsabilidad sobre grupos de trabajo interdisciplinares, relacionados con las áreas de diseño, fabricación, distribución, logística, tiendas, tecnología, sostenibilidad y resto de servicios generales. Se incluye a los directores de tienda en esta categoría.
- Responsable: empleados que forman parte de grupos de trabajo interdepartamentales y transversales a las actividades de diseño, logística y tiendas, así como de sostenibilidad, tecnología y resto de servicios generales.
- Especialista: empleados con impacto por contribución individual, relacionados con una de las actividades del Grupo en las áreas de diseño, fabricación, distribución, logística, tiendas, sostenibilidad, tecnología y resto de servicios generales.

2.2.3. Distribución de la plantilla por tipo de jornada

En cuanto al tipo de jornada, el 72% de la plantilla trabaja a tiempo completo y el 28% a tiempo parcial (47% a tiempo completo y 53% a tiempo parcial en el ejercicio 2019 y 51% a tiempo completo y 49% a tiempo parcial en 2018, respectivamente).

El aumento de la jornada a tiempo completo se debe, principalmente, al descenso de la eventualidad durante el ejercicio 2020. Este hecho conlleva habitualmente jornadas de trabajo a tiempo parcial voluntario en mayor proporción, para cubrir los horarios más fuertes de venta en nuestras tiendas.

El empleo FTE (*Full Time Equivalent*, por sus siglas en inglés), entendido como plantilla en caso de que sólo hubiera personal a tiempo completo, corresponde al 89,5% del total en 2020 (frente a un 89,2% en 2019 y un 89,3% en 2018), un indicador relevante a la hora de explicar la calidad del empleo.

La distribución de la plantilla con jornada parcial⁽³⁾, de acuerdo con el género, la edad y la clasificación profesional se muestra a continuación:

| | 2020 | | 2019 | | 2018 | |
|---|---------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|
| JORNADA PARCIAL | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % |
| DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO | | | | | | |
| MUJER | 31.649 | 29% | 70.308 | 55% | 63.292 | 51% |
| HOMBRE | 8.036 | 22% | 23.601 | 47% | 22.091 | 43% |
| TOTAL | 39.685 | 28% | 93.909 | 53% | 85.383 | 49% |
| EDAD | | | | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 27.273 | 34% | 66.978 | 64% | 58.626 | 58% |
| DE 30 A 40 AÑOS | 8.820 | 20% | 20.854 | 40% | 21.471 | 41% |
| MÁS DE 40 AÑOS | 3.592 | 18% | 6.077 | 29% | 5.286 | 27% |
| TOTAL | 39.685 | 28% | 93.909 | 53% | 85.383 | 49% |
| CLASIFICACIÓN PROFESIONAL ⁽⁴⁾ | | | | | | |
| DIRECCIÓN | 291 | 2% | 273 | 3% | 139 | 2% |
| RESPONSABLE | 1.091 | 7% | 1.804 | 9% | 1.831 | 9% |
| ESPECIALISTA | 38.303 | 33% | 91.832 | 63% | 83.413 | 57% |
| TOTAL | 39.685 | 28% | 93.909 | 53% | 85.383 | 49% |

(3) Datos de tipo de jornada disponibles en el ejercicio 2020 para el 95,4% de la plantilla (no disponibles para los mercados de Bélgica y Polonia) (94,7% en 2019). Para el cálculo del número de contratos por tipo de jornada por género, edad y clasificación profesional se aplican los porcentajes correspondientes sobre el dato total de plantilla.

(4) La descripción de las funciones de los tres grupos de clasificación profesional es:

- Dirección: empleados en posiciones de dirección con responsabilidad sobre grupos de trabajo interdisciplinarios, relacionados con las áreas de diseño, fabricación, distribución, logística, tiendas, tecnología, sostenibilidad y resto de servicios generales. Se incluye a los directores de tienda en esta categoría.
- Responsable: empleados que forman parte de grupos de trabajo interdepartamentales y transversales a las actividades de diseño, logística y tiendas, así como de sostenibilidad, tecnología y resto de servicios generales.
- Especialista: empleados con impacto por contribución individual, relacionados con una de las actividades del Grupo en las áreas de diseño, fabricación, distribución, logística, tiendas, sostenibilidad, tecnología y resto de servicios generales.

2.2.4. Bajas

La plantilla en España, al cierre del ejercicio social 2020, es de 40.279 personas, de las cuales un 74% son mujeres y un 26% son hombres (48.687 personas, 76% mujeres y 24% hombres en 2019, respectivamente).

Durante este período, las bajas registradas en España con causa de despido por distintos motivos ascendieron a 968 (978 bajas en 2019). Tomando este dato desagregado por sexo, se refleja casi una proporción similar al género de la plantilla, puesto que el número de mujeres que extinguieron su relación laboral por esta causa fue de 770, el 80% (746 mujeres y 75% en 2019), frente a 198 hombres, el 20% (232 hombres y 25% en 2019).

Por lo que respecta a los despidos por clasificación profesional y edad, el 71% se concentran en puestos de Especialista -de acuerdo con la clasificación anteriormente expuesta- (71% y 75% en 2019 y 2018, respectivamente), tanto para tienda como para puestos de sedes corporativas, fábricas propias y centros logísticos. El 51% (56% y 52% en 2019 y 2018, respectivamente) se producen en la horquilla de edad comprendida entre los 30 y los 40 años, donde se concentra el grueso del personal en España. De nuevo se mantiene una proporción coherente con la propia distribución de la plantilla en nuestro país, donde radican los servicios corporativos de la Sociedad.

A nivel mundial, con una plantilla de 144.116 personas en 2020 (176.611 personas en 2019 y 174.386 personas en 2018), el número de despidos era de 5.870 (6.428 y 8.661 despidos en 2019 y 2018, respectivamente). Del total de despidos, el número de mujeres que finalizaron su relación con el Grupo por esta causa fue de 4.332, el 74% (4.344 mujeres y 68% en 2019 y 6.134 mujeres y 71% en 2018), frente a 1.538 hombres, el 26% (2.084 hombres y 32% en 2019 y 2.527 hombres y 29% en 2018), dato nuevamente consistente con la distribución por género de la plantilla global. Por lo que respecta a los despidos por clasificación profesional y edad, el 81% se concentran en puestos de Especialista (87% y 89% en 2019 y 2018, respectivamente) y el 61% se corresponde con menores de 30 años (68% y 75% en 2019 y 2018, respectivamente), colectivo donde se encuadra el 54% de los empleados del Grupo (61% y 62% en 2019 y 2018, respectivamente).

2.3. Relaciones sociales



ASUNTOS
MATERIALES
RELACIONADOS

RELACIÓN CON
LOS GRUPOS DE
INTERÉS: CALIDAD
DEL EMPLEO;
DERECHOS
HUMANOS



Inditex está comprometida firmemente con el respeto de los derechos laborales de sus empleados en todo el mundo y, en particular, con su derecho de participación, como elemento esencial en el desarrollo sostenible del modelo de negocio.

El Código de Conducta y Prácticas Responsables de Inditex, que se aplica a todos los empleados del Grupo, recoge a lo largo de su Capítulo 3, dedicado a los Principios Generales, el respeto a las relaciones y derechos sindicales. De acuerdo con dicho Código, *"los empleados de Inditex tienen reconocido el derecho de sindicación, de libertad de asociación y de negociación colectiva"*. Además, el apartado 4.2 señala que *"Inditex adopta, como parte de sus normas internas, el contenido de los acuerdos o convenios colectivos nacionales o internacionales en los que ha entrado, acordando promoverlos y hacerlos cumplir"*.

Prueba de este compromiso es que, en 2009, Inditex firmó un Acuerdo Global con la Federación Sindical Internacional *UNI Global Union* (en adelante, **"UNI"**). UNI es una federación en la que se integran, entre otras, organizaciones sindicales del sector del comercio y la distribución para el respeto y la promoción del trabajo digno y de los derechos laborales. Actualmente, UNI agrupa a unos 900 sindicatos de todo el mundo y representa a más de 20 millones de trabajadores. El 100% de los empleados del Grupo Inditex está cubierto por el Acuerdo Global firmado con UNI.

Precisamente, la colaboración iniciada entre Inditex y UNI sirvió de base para la constitución oficial en el año 2019 del Comité de Empresa Europeo en Inditex. El Acuerdo entre UNI e Inditex hace mención específica a una serie de materias que se regulan de conformidad con los principios marcados por la OIT:

- Entre otros derechos, se hace especial mención a la aplicación de los Convenios de la OIT 87, 89 y 98, que se centran en la garantía de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva. Y haciendo referencia a los mismos, reza textualmente el Acuerdo que *"Inditex reconoce el derecho de los sindicatos a representar a los trabajadores y negociar colectivamente las condiciones de trabajo que les afectan"*.
- Del mismo modo, se garantiza la libertad de las personas para afiliarse a cualquier sindicato y la no discriminación por la condición de miembro afiliado a un sindicato dentro de las relaciones laborales. Asimismo, y al amparo de los Convenios de la OIT 100 y 110 y, en base a la no discriminación en el empleo, se defiende por las partes

la igualdad de oportunidades y de trato de todas las personas y la no discriminación en materia retributiva cuando se realiza trabajo de igual valor.

Inditex adquiere el compromiso de cumplir con la legislación y/o convenios nacionales que resulten de aplicación, en cumplimiento de los Convenios de la OIT 1 y 47 y de la Recomendación 116 de la OIT.

En cuanto al ámbito objetivo de aplicación del Acuerdo con UNI, además de la referencia a la protección y promoción de los derechos fundamentales, Inditex se compromete a cumplir los requisitos establecidos por las legislaciones y los convenios colectivos nacionales en materias como la jornada de trabajo, la protección del ambiente de trabajo seguro, saludable y sostenible, así como en la promoción de las mejores prácticas para la salud y seguridad en el trabajo con los equipos y la formación adecuada.

El Acuerdo entre Inditex y UNI establece derechos mínimos para los empleados de las distintas compañías del Grupo porque, en todo caso, se respetarán las disposiciones legales, contractuales o de convenio colectivo que otorguen mayores derechos.

Tras la firma del Acuerdo entre Inditex y UNI, el Sindicato americano *United Food and Commercial Workers International Union (UFCW)*, afiliado a UNI, se mostró interesado en alcanzar un pacto específico con la Compañía, que englobara los términos del citado Acuerdo de 2009 para sus tiendas de Estados Unidos. Atendiendo a esta demanda, se firmó en 2015 un Acuerdo con UNI, UFCW, Inditex y Zara USA, que supuso la aprobación de un convenio colectivo que actualmente se extiende a 21 tiendas de los estados de Nueva York y New Jersey.

Inditex y los sindicatos que representan a sus empleados participan en un diálogo continuo, abierto y constructivo. Como consecuencia de ello, y ante el aumento de consultas y negociaciones durante el ejercicio 2020, ambas partes han mantenido una cooperación y apoyo constante, que han permitido activar los mecanismos necesarios para proteger a nuestra plantilla ante la situación provocada por la pandemia de coronavirus, así como poner las bases para articular el proceso ineludible de transformación digital de manera consensuada.

En España, nuestro mercado sede, se activaron mecanismos para la continuidad de nuestras operaciones desde el primer momento y se alcanzaron acuerdos para la estabilidad del negocio:

- Protocolo de Contingencia para el trabajo en remoto y la digitalización de procesos de todos los departamentos de Servicios Centrales, oficinas de Logística y Fabricación.
- Acuerdos con las representaciones de los trabajadores de logística para la continuidad de los servicios necesarios, incluidas las dos semanas de paralización de las actividades no esenciales durante la primavera de 2020.
- Acuerdos con las representaciones de los trabajadores de las tiendas para la continuidad e intensificación de las actividades de preparación de pedidos *online* en nuestras tiendas.
- Activación de un porcentaje de las capacidades de nuestras fábricas para la gestión de la fabricación de mascarillas y batas.
- Acuerdo Estatal con los sindicatos mayoritarios CC.OO. y UGT para la prestación de servicios en las mejores condiciones de seguridad y salud, tanto para la plantilla como para los clientes. Este acuerdo, que se alcanzó durante la desescalada inicial, se extendió a la organización del trabajo en lo relativo a condiciones de horarios y turnos de trabajo para respetar las medidas sanitarias, acuerdo que continúa en vigor.

Por otro lado, en 2020 se firmó el acuerdo marco estatal entre las Cadenas comerciales de Inditex en España y las Federaciones de Servicios de CC.OO. y de Servicios, Movilidad y Consumo de UGT sobre las condiciones laborales en las plantillas de tiendas absorbidas como consecuencia del Plan de Transformación Digital y del concepto de Tienda Integrada. El objetivo prioritario era fijar las bases que posteriormente han permitido iniciar los procesos de negociación con cada una de las cadenas comerciales de Inditex en materia de modificación sustancial de las condiciones de trabajo y de movilidad geográfica, lo que al mismo tiempo permitiría afrontar los retos de la transformación digital de la Compañía y la consecuente adaptación de la plantilla a la realidad comercial del momento.

En el resto de los mercados donde existe representación local de nuestros empleados, se contó desde el inicio con su colaboración para comenzar las negociaciones oportunas y alcanzar acuerdos centrados en la protección del empleo, en la implantación de las medidas de seguridad, salud e higiene adecuadas, así como en la continuidad de las operaciones.

Por su parte, el Comité de Empresa Europeo (CEE), que nació con el objetivo de convertirse en un órgano de garantía y efectividad de la información y consulta a los trabajadores en cuestiones de naturaleza transnacional, ha desempeñado un papel crucial como órgano de representación de nuestros empleados en Europa e interlocutor natural de la Compañía en todo lo relacionado con la situación derivada de la emergencia sanitaria mundial.

Desde el inicio de la pandemia se ha mantenido un diálogo permanente con el Comité Restringido del CEE, formado por 5 miembros, cuyo rol principal es actuar de interlocutor habitual con la Compañía, sin perjuicio de las dos reuniones plenarias celebradas por videoconferencia en los meses de junio y diciembre de 2020. En el transcurso de las reuniones, los miembros del pleno del CEE fueron informados de primera mano de aquellos aspectos que preocupaban a nuestros empleados, especialmente en materia de seguridad y salud, pero también sobre la situación económica y en relación con todas las acciones humanitarias que se estaban llevando a cabo por parte del Grupo.

La celebración de la primera reunión plenaria del CEE tuvo lugar el día 17 de junio de 2020 con la participación de siete países: España, Francia, Italia, Bélgica, Luxemburgo, Portugal y Austria. Posteriormente, en el mes de diciembre, el CEE se reunió en pleno extraordinario para realizar el balance del final del ejercicio, que culminó con una declaración conjunta de Inditex y el CEE ante el Plan Estratégico de Transformación Digital y el compromiso de colaboración entre las partes.

Este bagaje en las relaciones sociales ha supuesto que, a nivel global, el porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo de ámbito local se mantenga en el 60% (60% y 70% en el ejercicio 2019 y 2018, respectivamente) mientras que, dentro del continente europeo, el porcentaje se situaría de nuevo cerca del 70%, al igual que en los ejercicios 2018 y 2019.

2.3.1. Organización del trabajo

El Código de Conducta y Prácticas Responsables del Grupo Inditex asume como parte de su regulación interna el contenido de las distintas legislaciones y de los acuerdos y convenios, nacionales e internacionales, de los que forma parte la Compañía, comprometiéndose a su cumplimiento.

En materia de organización del trabajo, el Código regula específicamente el respeto a los límites establecidos por la legislación de cada país en materias como el horario laboral semanal y las horas extraordinarias.

Esta línea de compromiso en materia de cumplimiento de la jornada de trabajo se reitera en el Acuerdo Global con UNI, en el que se incluye un párrafo dedicado a las directrices marcadas por los Convenios 1 y 47 de la OIT, sobre la jornada diaria y semanal de ocho y cuarenta horas respectivamente, así como por su Recomendación 116, sobre la reducción de la duración del tiempo de trabajo normal, regulado como norma mínima por cada país.

En la práctica, la ley y los convenios colectivos de aplicación a Inditex establecen las jornadas máximas anuales de los trabajadores en función de las cuales se pactan los calendarios laborales. En Inditex se dispone de mecanismos de control de tiempo de trabajo, de acuerdo con la normativa de aplicación de cada mercado.

Durante 2020, para proteger la seguridad y salud de nuestras personas durante el confinamiento, se puso en marcha el teletrabajo para aquellos puestos donde fuera posible, fundamentalmente en nuestras oficinas y sedes corporativas en España y en el resto de mercados.

La situación obligó en determinados equipos de trabajo a poner en marcha iniciativas inéditas. Por ejemplo, se tomaron fotos a distancia para las campañas y colecciones de nuestras tiendas *online*, en lugar de en nuestros habituales platós. De este modo, se ha conseguido mitigar el impacto en la actividad durante los periodos de confinamiento y que nuestras tiendas *online* no quedaran desprovistas de las nuevas referencias, productos y colecciones que llegaban.

En nuestras sedes corporativas pusimos también en marcha diversas medidas para facilitar el teletrabajo, desde la entrega de equipos portátiles para el conjunto de empleados a formaciones en herramientas específicas, necesarias para garantizar el desarrollo de la actividad profesional.

En paralelo, preparamos un plan de contingencia por colectivos, que priorizaba la transición al trabajo en remoto a los colectivos más vulnerables. Esto permitió anticiparnos a la declaración del estado de alarma en España (y a otras situaciones similares decretadas en otros países) y reforzar los equipos de Soporte de Tecnología para atender posibles incidencias. Al respecto, es importante destacar que el teletrabajo se puso en marcha tanto en los mercados donde era obligatorio como en aquellos donde únicamente se recibían recomendaciones por parte de las autoridades.

El trabajo en nuestros centros de distribución logística no cesó en ningún momento para continuar dando soporte a la venta *online* y a las tiendas que permanecían abiertas durante este período. Se alcanzaron acuerdos con las representaciones de los trabajadores de logística para la continuidad de los servicios necesarios, lo que permitió garantizar la salud y seguridad de nuestras personas con medidas como la organización del trabajo en turnos estancos. Además, se puso a disposición de las autoridades sanitarias, empresas y particulares nuestra capacidad logística para el abastecimiento de material sanitario.

 Más información en el apartado 5.1. *Donaciones covid*, del presente Estado de Información no Financiera.

Al mismo tiempo, nuestras fábricas y patronistas mantuvieron su actividad siguiendo los protocolos sanitarios marcados por la Compañía, a excepción de las semanas de paralización de actividades no esenciales. Además, se implicaron de lleno en la confección y fabricación de mascarillas y batas sanitarias, bienes escasos y de primera necesidad en los hospitales en los meses que siguieron a la declaración del estado de alarma en España, en marzo de 2020.

Por otro lado, durante el periodo en que las tiendas físicas permanecieron cerradas, nuestros empleados de tienda prestaron el apoyo necesario para la venta *online*, reforzando la preparación de pedidos que se despachaban desde nuestras tiendas de todo el mundo.

Planificamos un retorno progresivo a los centros de trabajo cuando fuese posible, poniendo en marcha las medidas necesarias para proteger la salud y seguridad de nuestras personas y cumpliendo en todo momento con la normativa aplicable en cada mercado: control de aforos, control de temperatura, refuerzo de los servicios médicos, restricción de visitas y viajes, dispensación de mascarillas y geles hidroalcohólicos, entre otras. Todo ello en colaboración con los comités locales de seguridad y salud.

 Más información en el apartado 2.1.1. *Salud, seguridad y bienestar de nuestras personas* del presente Estado de Información no Financiera.

2.4. Orientación al cliente

ASUNTOS
MATERIALES
RELACIONADOS

ORIENTACIÓN
AL CLIENTE:
COMUNICACIÓN
RESPONSABLE

12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES

2.4.1. Inditex, un modelo por y para el cliente

La manera en la que una empresa elige relacionarse con sus clientes cimienta su propia identidad, define su modelo de negocio y modula su creación de valor y el impacto que genera tanto en las personas como en las comunidades donde desarrolla su actividad.

De este modo, en Inditex creemos que escuchar a nuestros clientes no es una opción, sino el punto de partida de una actividad esencial y única que, al margen de los diversos canales en los que se produzca, sirva para conocer qué productos demanda y para ofrecérselos en el momento y en el lugar adecuado. Sólo el apropiado engranaje de estos tres elementos (escucha – identificación de las necesidades – oferta) puede brindar al cliente la mejor experiencia de compra.

Todas las áreas de actividad del Grupo están dedicadas a satisfacer estas premisas y a garantizar la mejor experiencia de compra. Así, nuestros equipos de tienda y *online* trabajan junto a los diseñadores y equipos de producto para entender las necesidades del cliente e identificar las tendencias.

Los equipos de imagen y coordinación buscan, por su parte, la mejor puesta en escena y diferentes looks y posibilidades para sacar el máximo partido a nuestros productos y para ello cuentan con la colaboración de fotógrafos, estilistas y modelos. Al respecto, somos conscientes de que nuestras campañas y las imágenes de los modelos tienen un gran impacto en nuestros clientes, por lo que resulta de vital importancia que transmitan una imagen positiva, multicultural y diversa; a la vez que presentan del modo más detallado y fiel las características y calidades de nuestros productos.

En paralelo, el estudio de arquitectura trabaja en la creación y desarrollo de espacios comerciales únicos, agradables y accesibles, donde innovaciones tecnológicas como el RFID, el SINT (stock integrado), el Modo Tienda, el silo para la recogida de pedidos *online* o las cajas de autopago -proyectos, todos, específicamente desarrollados en el seno de Inditex-, faciliten la relación del cliente con nuestras marcas.

En última instancia, esta ecuación ha favorecido el desarrollo de un modelo integrado de tiendas y *online* en el que el cliente puede acceder a nuestros productos cuándo, dónde y cómo prefiera. Un modelo único, que demanda una operativa eficiente, intuitiva e innovadora, que permite al cliente transitar de la tienda al canal *online*, y viceversa; y que ofrece múltiples alternativas para hacer de la compra un acto único e integrado.

Gracias a este modelo, nuestros clientes pueden por ejemplo conectar con nuestras novedades a través de la tienda *online* y acabar realizando la compra en la tienda, o visitar las tiendas, pero comprar *online* y solicitar la posterior entrega en el domicilio.

El modelo integrado ha permitido, al mismo tiempo, **mitigar el impacto de la covid-19 y del confinamiento domiciliario** en nuestro balance financiero. De hecho, con sólo el 18% de nuestras tiendas de todo el mundo plenamente operativas durante el ejercicio y las medidas restrictivas en cuanto a aforos, horarios y cierres temporales, Inditex facturó 20.402 millones de euros y logró un beneficio superior a los 1.100 millones, al tiempo que mantenía su margen bruto en 55,8%.

Además del impacto financiero del que nuestro modelo nos ha protegido, **las ventas *online* crecieron a un ritmo muy destacado** del 77% a tipo de cambio constante respecto al mismo periodo del año anterior. El avance de la venta *online* también ha permitido que las páginas web del Grupo registrasen en 2020 más de 5.200 millones de visitas (más de 3.500 millones en 2019), lo que supone 14,2 millones de visitas diarias a las páginas web de los distintos formatos comerciales. Unas cifras que atestiguan la importancia crítica de escuchar a nuestros clientes y de identificar y atender sus necesidades de la manera más adecuada, en un **contexto complejo y de cambio radical** de sus necesidades y modo de vida.

 Más información en el apartado 3.1. Innovación y digitalización del presente Estado de Información no Financiera.

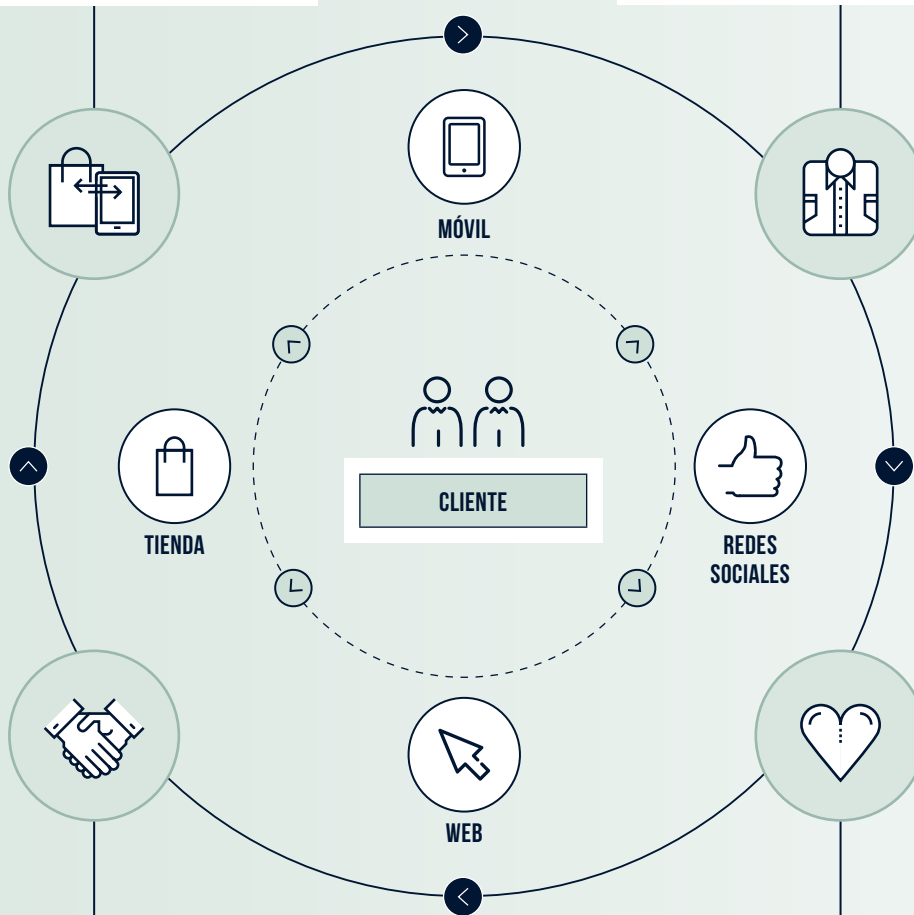
INDITEX, UN MODELO POR Y PARA EL CLIENTE

Trabajamos proactivamente para que el cliente perciba la compra como un **acto único al margen del canal donde se produzca**, en un proceso donde desaparecen las rigideces del canal físico y del *online*. Una filosofía que aspira a lograr una relación verdaderamente única e integrada del cliente con nuestras marcas.

LA COMPRA, UN ACTO ÚNICO E INTEGRADO

La demanda del cliente se encuentra con la **creatividad de nuestros diseñadores a través de los múltiples canales: tienda física y online**. Así se nutren tanto los equipos de producto como los relacionados con la experiencia de compra, que evolucionan de forma permanente e integrada para que el cliente siga siendo protagonista de la relación.

LA ESCUCHA Y NUESTRA RESPUESTA



UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO

Fomentamos la proximidad en la relación con nuestros clientes y nos esforzamos para merecer su fidelidad y confianza. El compromiso de **entender a cada cliente como único** es el mismo ahora que cuando abrimos nuestra primera tienda en 1975.

LA CREACIÓN DE EXPERIENCIAS

Cuando un cliente se aproxima a nuestras marcas, tiene en mente una experiencia diferente no siempre vinculada a un proceso de compra. Por eso, queremos poner a su disposición las creaciones que demandan y facilitar **una experiencia que trascienda la compra para convertirse en una experiencia de ocio**.

2.4.2. Respuesta a nuestros clientes en 2020

En Inditex creemos que una experiencia de compra satisfactoria no se circunscribe únicamente al momento de la venta. Por ello, buscamos mantener con nuestros clientes una relación fluida, cercana y basada en la confianza.

Para afrontar los retos que implica la atención a clientes de más de 200 mercados de todo el mundo, formamos a nuestros equipos en el conocimiento del producto, sus atributos sostenibles, los procesos de tienda, la orientación al cliente y el respeto a la diversidad y la inclusión.

Asimismo, y con el objetivo de situarnos lo más cerca posible de nuestros clientes, nuestros call center de todo el mundo atienden en las lenguas propias de los mercados donde tenemos presencia comercial: castellano, gallego, catalán, euskera, inglés, francés, portugués, ruso, chino tradicional, chino simplificado, italiano, polaco, ucraniano, rumano, griego, turco, alemán, checo, eslovaco, croata, esloveno, holandés, húngaro, danés, sueco, noruego, finlandés, indonesio, árabe, coreano, malayo, vietnamita, japonés, hindi, búlgaro y hebreo.

Inditex también trabaja para garantizar la accesibilidad de sus instalaciones, tanto la de sus tiendas como la de sus páginas de venta *online*. En este sentido, **las tiendas del Grupo cumplen con los estándares arquitectónicos de accesibilidad** que permiten a personas con discapacidad el acceso y la circulación por el establecimiento, así como garantizar una experiencia de compra satisfactoria para el consumidor.

La accesibilidad es también un elemento importante en las páginas web del Grupo, que cumplen las **Pautas de Accesibilidad o Principios Generales de Diseño Accesible** establecidas por el Grupo de Trabajo *Web Accessibility Initiative* (WAI) perteneciente al *World Wide Web Consortium*

(W3C, por sus siglas en inglés). Además, en 2020 y gracias al **proyecto de accesibilidad digital con EqualWeb**, se ha reforzado la adopción de menús de accesibilidad en las páginas web del Grupo ya iniciada en 2019.

Estos menús, visibles desde las páginas de inicio de cada web, ofrecen una variedad de ajustes de voz y navegación, color y contenido, para garantizar una experiencia de navegación inclusiva y sin barreras para usuarios y clientes.

La página web corporativa de Inditex, así como las de Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe en España ya incorporan este menú de accesibilidad, cuya implantación está ya también en marcha en el resto de las páginas web de las distintas marcas y mercados con presencia comercial.

a) Canales de atención al cliente: contactos y nivel de servicio

Desde las áreas de atención al cliente de las cadenas del Grupo, se atendieron en 2020 un total de 53.735.989 de contactos por diferentes canales (llamadas, correos electrónicos, chats y mensajes a través de perfiles de redes sociales), relacionados con las más diversas cuestiones relativas a producto, proceso de compra, envíos, posibles incidencias o cuestiones de actualidad que afecten a las cadenas, entre otros asuntos. El incremento en el número de contactos respecto al ejercicio 2019 se explica por el aumento de los pedidos *online* y el cierre de las tiendas durante la pandemia, ya que el grueso de las consultas que gestionan nuestros servicios de atención al cliente se refiere a cuestiones sobre el estado de los pedidos, plazos de entrega, etc.

El nivel de servicio (entendido como el porcentaje de contactos atendidos sobre el total y ponderado con el peso de los contactos de cada cadena) se situó en el 90%.

RESPUESTA A NUESTROS CLIENTES

| | 2020 | | | 2019 | | | 2018 | | |
|---------------|-------------------|-------------------|------------------------|-------------------|-------------------|------------------------|-------------------|-------------------|------------------------|
| | Nº CONTACTOS | NIVEL DE SERVICIO | Nº SERVICIOS ATENDIDOS | Nº CONTACTOS | NIVEL DE SERVICIO | Nº SERVICIOS ATENDIDOS | Nº CONTACTOS | NIVEL DE SERVICIO | Nº SERVICIOS ATENDIDOS |
| ZARA | 40.009.841 | 92% | 36.848.936 | 21.559.476 | 97% | 20.912.691 | 19.320.000 | 96% | 18.547.200 |
| ZARA HOME | 2.856.719 | 98% | 2.800.376 | 1.368.310 | 93% | 1.278.275 | 905.907 | 92% | 833.434 |
| P&B | 3.724.755 | 72% | 2.666.292 | 1.820.713 | 86% | 1.565.813 | 3.033.792 | 94% | 2.851.764 |
| MASSIMO DUTTI | 828.548 | 85% | 700.505 | 2.010.181 | 93% | 1.869.468 | 1.366.782 | 89% | 1.216.436 |
| BERSHKA | 2.551.062 | 84% | 2.150.189 | 1.161.875 | 92% | 1.068.925 | 1.874.696 | 85% | 1.593.492 |
| STR. | 2.241.811 | 83% | 1.860.808 | 1.212.346 | 71% | 860.766 | 1.511.405 | 97% | 1.466.063 |
| OYSHO | 1.393.302 | 93% | 1.299.341 | 889.846 | 99% | 881.214 | 922.297 | 80% | 737.838 |
| UTERÜQE | 129.951 | 81% | 105.644 | 90.635 | 85% | 76.904 | 97.864 | 93% | 91.014 |
| TOTAL | 53.735.989 | 90% | 48.432.091 | 30.100.931 | 95% | 28.514.056 | 29.032.743 | 94% | 27.337.240 |

b) Seguidores en Redes Sociales

PRINCIPALES REDES SOCIALES DE NUESTRAS CADENAS POR NÚMERO DE SEGUIDORES

| | INSTAGRAM | FACEBOOK | WEITAO | WECHAT | TWITTER | OTROS | TOTAL |
|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
| ZARA | 44.337.575 | 29.744.071 | 22.966.663 | 3.234.724 | 1.441.424 | 4.441.659 | 106.166.116 |
| ZARA HOME | 6.600.000 | 2.832.932 | | 122.341 | 85.500 | 276.927 | 9.917.700 |
| PULL & BEAR | 7.201.969 | 7.322.705 | 6.690.000 | 267.417 | 372.790 | 765.884 | 22.620.765 |
| MASSIMO DUTTI | 2.717.400 | 4.319.249 | 4.261.651 | 267.645 | 80.860 | 540.773 | 12.187.578 |
| BERSHKA | 9.600.000 | 11.817.000 | | 361.000 | 488.900 | 1.072.800 | 23.339.700 |
| OYSHO | 2.507.903 | 3.391.000 | 3.710.595 | 152.030 | 115.000 | 253.646 | 10.130.174 |
| STRADIVARIUS | 7.160.457 | 6.061.920 | | 127.405 | 256.000 | 339.525 | 13.945.307 |
| UTERQÜE | 736.387 | 348.760 | | 26.717 | 18.865 | 33.201 | 1.163.930 |
| TOTALES | 80.861.691 | 65.837.637 | 37.628.909 | 4.559.279 | 2.859.339 | 7.724.415 | 199.471.270 |

En 2020, los seguidores de las cadenas de Inditex en las distintas redes sociales superaron los 199 millones (175 millones en 2019 y 143 millones en 2018).

Las cuentas de **Facebook e Instagram** de cada una de las marcas, con más de 65 millones y de 80 millones de usuarios, respectivamente (más de 61 millones y de 70 millones en 2019; y 60 millones y 55 millones en 2018, respectivamente) son las redes sociales que cuentan con un mayor número de seguidores.

En la cuantificación del número de seguidores de las cadenas se incluyen los perfiles propios de las redes sociales de mayor relevancia, tanto de mercados concretos (por ejemplo, Weitao en China) como las que adquieren una relevancia notable (por ejemplo, TikTok, Line, Pinterest o LinkedIn, cuyo número de seguidores se incluye en la categoría Otros).

c) Mecanismos de reclamación y respuesta

En España, por su parte, se gestionaron en 2020 un total de 4.814 expedientes de Consumo y Comercio (6.436 en 2019 y 6.586 en 2018) de todas nuestras marcas, entre los que se incluyen requerimientos en materia de consumo y comercio, actas de inspección, expedientes y hojas de reclamaciones.

Del total, Inditex ha contestado a 2.956 hojas de reclamación y a 500 expedientes, entre los que se incluyen, fundamentalmente, requerimientos y actas de inspección. Todas las cadenas de Inditex distinguen las reclamaciones y quejas dentro de la tipificación de las consultas recibidas.

Reclamaciones de Salud y Seguridad

En Inditex contamos con exigentes estándares, planes de formación y sensibilización y programas de prevención y control que permiten alcanzar las cotas máximas de salud y seguridad. Sin embargo, ante la posible aparición de incidencias, nuestros equipos de salud y seguridad de producto están plenamente coordinados con los equipos de atención al cliente, de tiendas y de cualquier otra área de la Compañía donde pueda llegar información sobre incidencias y/o reclamaciones. De este modo, cualquier notificación realizada por un cliente, organismo de control, ONG o cualquier otra entidad relacionada con la salud,

seguridad y sostenibilidad medioambiental de producto, es dirigida a los equipos técnicos para su evaluación y seguimiento. En aquellos casos donde hubiese indicios de que un producto comercializado pudiera ser inseguro para los consumidores, se llevaría a cabo la retirada de la venta, la recuperación de las unidades vendidas, y la comunicación a los consumidores por los canales pertinentes.

Durante los ejercicios 2020, 2019 y 2018 no se ha realizado ninguna retirada del mercado en materia de salud y seguridad de producto.



Más información sobre *Salud y seguridad de nuestros productos* en el apartado 4.2.4. del presente Estado de Información no Financiera



2.5. Seguridad de la información y privacidad

2.5.1. Seguridad de la Información

En Inditex concebimos la tecnología como un vehículo facilitador de la relación entre nuestras marcas y el cliente. En este sentido, la tecnología permite mejorar la experiencia de compra y que el cliente pueda interactuar con las marcas y satisfacer sus demandas en todo momento, al margen del canal donde se produzcan.

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, siendo el departamento de Seguridad de la Información el área encargada de velar por ello.

Este compromiso se reforzó en 2019 al más alto nivel con la revisión y aprobación de la Política de Seguridad de la Información por parte del Consejo de Administración. 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.

En paralelo, hemos avanzado en la protección de los canales de venta en tienda y *online*. También hemos establecido procesos de mejora para la supervisión de los requerimientos de seguridad definidos, y hemos integrado además estos procesos de supervisión de la seguridad desde el momento de la contratación de servicios a terceros.

Por otro lado, se ha ampliado el programa existente de recompensas privado para la identificación de posibles mejoras en nuestros canales *online* y se han reforzado los sistemas y procesos de detección, protección y respuesta ante incidentes.

En materia de formación, hemos puesto en marcha diversas campañas para nuestros empleados y colaboradores cuyo objetivo es evaluar y fomentar su nivel de concienciación en materia de seguridad.

Durante el ejercicio 2020, y como consecuencia de la irrupción de la pandemia mundial provocada por la covid-19, se ha puesto especial énfasis en los planes de trabajo en remoto y la gestión de sus riesgos asociados. En concreto, se ha adecuado la capacidad ya existente de los canales y sistemas de acceso remoto según las necesidades operativas. También se han reforzado las medidas de protección y control de estas conexiones. De forma adicional



ASUNTOS
MATERIALES
RELACIONADOS

SISTEMAS DE
GESTIÓN Y
CONTROL DE
RIESGOS





a las acciones de formación antes descritas, también se han lanzado campañas específicas en este sentido.

También, derivado del incremento en este ejercicio de los ciberataques a empresas a nivel mundial, sin impacto significativo para las operaciones de la Compañía a fecha de elaboración de este informe, se han puesto en marcha distintos grupos de trabajo. Estos grupos, bajo supervisión del Comité de Seguridad de la Información, han tenido como objetivo la evaluación de las medidas de control existentes, impulsar los planes que ya estaban en marcha y proponer o implantar nuevas medidas de protección.

Conscientes de la importancia de la mejora continua del modelo de gestión de Seguridad de la Información, en Inditex seguimos realizando inversiones para disponer de tecnologías y controles que permitan la consecución de los objetivos estratégicos. Al respecto, el Comité de Seguridad de la Información es el órgano que vela porque las buenas prácticas sobre la gestión de la seguridad se apliquen de manera efectiva y consistente en toda la Compañía.

2.5.2. Protección de Datos Personales y Privacidad

La privacidad es uno de los principales valores de Inditex. Trabajamos sobre la base de nuestra Política de Cumplimiento en materia de Protección de Datos Personales y Privacidad, aprobada por el Consejo de Administración, con el objetivo de fomentar una cultura de la privacidad en la que todas las personas que forman parte de Inditex estén involucradas.

El cliente es el centro de nuestro negocio. En este año, en el que la innovación y la digitalización han sido fundamentales para acompañar a los clientes en su experiencia de compra, se ha trabajado con los equipos de negocio en los proyectos que han desarrollado y que conllevan el tratamiento de datos personales, para que estos nazcan con la privacidad incorporada desde su diseño y por defecto. El objetivo es que los datos personales de nuestros clientes estén protegidos de conformidad con las normativas aplicables y con los estándares internos adoptados por Inditex, así como garantizar la transparencia e información sobre el uso de sus datos personales y la efectividad de sus derechos.

Al mismo tiempo, hemos actualizado nuestras webs y apps potenciando la autogestión de la privacidad de nuestros clientes y usuarios con nuestro modelo de cumplimiento en materia de cookies y tecnologías similares.

A lo largo del ejercicio 2020 se ha colaborado estrechamente con el área de Seguridad y Salud Laboral para garantizar que las medidas para proteger la salud de nuestros empleados ante la pandemia de la covid-19 cumplieren también con las normas de privacidad aplicables y con los estándares de la Compañía.

Al mismo tiempo, llevamos a cabo una mejora continua del modelo de gestión de la protección de datos personales y privacidad. Esta labor se desarrolla en virtud del asesoramiento del departamento corporativo de Protección de Datos y Privacidad; de la supervisión de la delegada de Protección de Datos (DPO-Data Protection Officer) global del Grupo; y del reporte a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, que en 2020 incluye el informe de auditoría de cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos de Inditex en Europa.

2.6. Sólida arquitectura de compliance

Inditex cuenta con un robusto Sistema de *Compliance*, que se configura como un modelo de organización, prevención, detección, control y gestión de riesgos legales y reputacionales, derivados de potenciales incumplimientos de normas imperativas, normas internas y mejores prácticas que resultan de aplicación.

2.6.1. Cultura ética corporativa interna

El desarrollo de una cultura ética corporativa constituye un elemento esencial de este Sistema de *Compliance*. Este Sistema no sólo tiene como objetivo establecer un sistema de cumplimiento normativo, con el fin último de evitar y, en su caso, limitar cualquier tipo de responsabilidad para la Sociedad, sino que además persigue mostrar nuestro más firme compromiso de buen gobierno y de sostenibilidad social y medioambiental, y transmitir dicha cultura ética corporativa a todos nuestros grupos de interés, promoviendo el respeto a los Derechos Humanos y laborales fundamentales en nuestra cadena de suministro.

Prueba de ello es la existencia del Código de Conducta y Prácticas Responsables y el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores como normas de alto nivel y ejes principales de nuestro Sistema de *Compliance*:

Código de Conducta y Prácticas Responsables

El Código de Conducta y Prácticas Responsables tiene como objetivo procurar un compromiso profesional, ético y responsable de Inditex y de todos nuestros empleados, en el desarrollo de sus actividades en cualquier parte del mundo, como elemento básico de su cultura empresarial en la que se asienta la formación y el desarrollo personal y profesional de sus empleados. A tal efecto, define los principios y valores que deben regir las relaciones entre el Grupo y nuestros principales grupos de interés: empleados, clientes, accionistas, socios de negocio, proveedores y aquellas comunidades en las que desarrollamos nuestro modelo de negocio.

Entre sus principios destacan el que **todas las operaciones del Grupo Inditex se desarrollarán bajo un prisma ético y responsable**; todas las personas, físicas y jurídicas, que mantengan de forma directa o indirecta cualquier relación laboral, económica, social y/o industrial con el Grupo Inditex, recibirán un **trato justo y digno**, y que todas las actividades del Grupo se realizarán de la manera más **respetuosa con el medioambiente, favoreciendo la conservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos naturales**.

Incluye una serie de **compromisos de conducta y de prácticas responsables**, entre ellos, y en lo que a este apartado concreto se refiere:

- el cumplimiento de la legislación aplicable y la normativa interna de Inditex;
- el cumplimiento de los derechos humanos y laborales y de la normativa y buenas prácticas en materia de empleo, salud y seguridad en el trabajo;
- la obligación de actuar conforme a los criterios de respeto, dignidad y justicia, teniendo en cuenta la diferente sensibilidad cultural de empleados y/o clientes, su diversidad y multiculturalidad, no permitiendo la violencia, el acoso o abuso, ni la discriminación;
- el cumplimiento de estándares de salud y seguridad de producto, que garantizan que los artículos de Inditex no implican riesgos para la salud y/o seguridad;
- el establecimiento de relaciones lícitas, éticas y respetuosas con proveedores y autoridades públicas, que estén alineadas con las disposiciones internacionales para la prevención de la corrupción y el soborno;
- la obligación de evitar y controlar las situaciones de conflicto de interés;
- el deber de usar eficientemente los bienes y servicios de Inditex, y de proteger la información de la Compañía;
- la obligación de proteger la propiedad industrial e intelectual propia y ajena;



ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

COMPORTAMIENTO ÉTICO Y GOBIERNO: SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL DE RIESGOS





El desarrollo de una cultura ética corporativa constituye un elemento esencial de nuestro Sistema de Compliance y persigue mostrar nuestro más firme compromiso de buen gobierno y de sostenibilidad social y medioambiental.

- el deber de registrar las operaciones con trascendencia económica con claridad y exactitud en los registros contables apropiados; y

- el desarrollo de la actividad de Inditex promoviendo la sostenibilidad social y medioambiental, como vía para la creación de valor para todos los grupos de interés.

Estados Unidos, Puerto Rico y Canadá cuentan con un Código de Conducta propio, adaptado a la normativa y mejores prácticas existentes en dichos territorios, que se inspira en el Código de Conducta y Prácticas Responsables del Grupo Inditex.

Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores

Define los **estándares mínimos de comportamiento ético y responsable** que deben ser observados por todos los fabricantes y proveedores del Grupo a lo largo de toda la cadena de suministro, de acuerdo con la cultura empresarial del Grupo Inditex, firmemente asentada en el respeto de los Derechos Humanos.

Su aplicación se extiende a todos los fabricantes y proveedores que intervienen en los procesos de compra, fabricación y acabado de los productos que comercializa el Grupo y promueve y se asienta en los principios generales que definen el comportamiento ético de Inditex antes descritos. El cumplimiento de todos los estándares del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores es condición necesaria para que un proveedor o fabricante forme parte de la cadena de suministro de Inditex.

 Más información sobre la aplicación práctica del Código de Fabricantes y proveedores en el apartado 4.3. *Gestión sostenible de la cadena de suministro*, del presente Estado de Información No Financiera.

2.6.2. Sistema de Compliance y prevención de riesgos penales

a) Estrategia

El Sistema de *Compliance* de Inditex tiene carácter transversal, lo que implica que es una función corporativa que abarca todos nuestros formatos comerciales.

La ordenación y coordinación de la gestión del Sistema de *Compliance* corresponde a la **Función de Compliance**, representada por el **Comité de Ética**, que actúa como órgano decisorio, y por **Secretaría General-Dirección de Cumplimiento Normativo** (en adelante, "**Secretaría General-Dirección de Cumplimiento Normativo**" o "**SG-DCN**"), que se encarga de la gestión operativa del mismo. La Función de *Compliance* realiza una doble función:

- (i) La coordinación, que supone que SG-DCN colabora con las distintas áreas y departamentos con funciones de *Compliance*, en la identificación de posibles riesgos de incumplimiento y en la definición e implantación de controles tendentes a evitar su materialización.
- (ii) El reporte periódico que realizan (i) todos los departamentos con función de *Compliance* a SG-DCN sobre todos aquellos aspectos críticos que puedan tener impacto en Inditex desde una perspectiva de *Compliance*; y (ii) el que realiza SG-DCN, tras consolidar la información recopilada en un informe que aprueba, semestral y anualmente, el Comité de Ética y que se eleva al Consejo de Administración, a través de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

Este Sistema de *Compliance* se configura en torno a una **estructura de normas básicas (de alto nivel)**, aprobadas por el Consejo de Administración, y de cumplimiento transversal, y una serie de documentos organizativos.

Asimismo, el Sistema de *Compliance* del Grupo Inditex se encuentra regulado específicamente a través de la siguiente normativa:

- Los **Códigos de Conducta** del Grupo (apartado 2.6.1. anterior).
- **La Política de Compliance:** que establece los compromisos que nuestros empleados deben asumir, con independencia de su localización geográfica y de su puesto.
- **El Procedimiento de Gestión de Compliance:** que desarrolla el contenido de la citada Política y fija las medidas organizativas para prevenir, detectar y gestionar los Riesgos de Incumplimientos, reforzando una cultura de cumplimiento ético.

Modelo de Prevención de Riesgos Penales

Dentro de este Sistema de *Compliance*, Inditex dispone asimismo de un **modelo de organización y gestión para la prevención de delitos** o Modelo de Prevención de Riesgos Penales, con el fin de **reducir la exposición a los riesgos** relacionados con la potencial comisión de delitos de corrupción, fraude y soborno, que se configura por medio de los siguientes documentos:

El Modelo de Prevención de Riesgos Penales, aprobado por el Consejo de Administración en 2016, y en particular, la Matriz, se somete a un **proceso continuo de evaluación y mejora**, con el fin de adecuarlo al desarrollo y crecimiento del Grupo Inditex y a los requerimientos legales, recomendaciones y mejores prácticas existentes en la materia en cada momento, asegurando su efectividad.

Durante el ejercicio 2020 se ha actualizado la Matriz, mediante el análisis y revisión de los posibles riesgos inherentes a los procesos de las distintas actividades realizadas, teniendo en cuenta para ello las novedades legislativas, la aprobación y/o modificación de las normas internas y los cambios en la estructura organizativa y en determinados procesos de la Compañía.

Asimismo, con el objeto de mitigar los riesgos penales inherentes a las actividades que desempeñamos y a los delitos de corrupción pública y/o entre particulares identificados en la Matriz, se han monitorizado sus controles teniendo en cuenta la priorización de los riesgos determinada en el mapa de riesgos (en adelante, el **"Mapa"**).

De acuerdo con el Mapa, que se actualiza cada año, los principales riesgos identificados en materia de corrupción, según su última actualización son: (i) la corrupción entre particulares; (ii) la corrupción en las transacciones internacionales; y (iii) el cohecho.

POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS PENALES

Que asocia los compromisos de conducta ética asumidos en el Código de Conducta y Prácticas Responsables con aquellos delitos cuya comisión la Compañía pretende evitar.

Prohíbe expresamente ofrecer, conceder, solicitar o aceptar, directa o indirectamente regalos o dádivas, favores o compensaciones, en metálico o en especie, cualquiera que sea su naturaleza o de cualesquiera autoridades o funcionarios, incluyendo directrices específicas en el trato con funcionarios y administradores.

La Política está a disposición de todos los empleados en la intranet de la Compañía.

PROCEDIMIENTO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS PENALES

Que establece, entre otras cosas, los roles y responsabilidades de las áreas con funciones de control y verificación del Modelo, así como el reporte del mismo y las funciones del Comité de Ética en materia de prevención de riesgos penales, así como las medidas organizativas de la Compañía en la materia.

MATRIZ DE RIESGOS Y CONTROLES PENALES

Que (i) enumera los riesgos penales; (ii) desglosa los eventos de riesgos aplicables a la operativa de Inditex; (iii) establece los controles que se han establecido para evitar la comisión de dichos eventos de riesgo; (iv) asigna el área responsable de realizar los controles y reportar las evidencias de su ejecución; y (v) la periodicidad con la que los mismos han de ser reportados (en adelante, también la **"Matriz"**).

Normativa anticorrupción

En el marco del Sistema de *Compliance* del Grupo, el Consejo de Administración de Inditex ha aprobado un conjunto de normativa interna que, en aplicación de nuestra cultura ética corporativa, formaliza y pone de manifiesto nuestro firme compromiso contra cualquier forma de corrupción, fraude, blanqueo de capitales o financiación ilegal.

En concreto, con el objeto de asegurar que todos nuestros empleados, así como los terceros con los que mantenemos relaciones de negocio, cumplan con lo dispuesto en las principales normas para la **prevención del soborno y la corrupción** existentes en los mercados en los que el Grupo está presente, contamos con las **Políticas de Integridad**, que, de acuerdo con las disposiciones del estándar ISO 37001 de Sistemas de Gestión Antisoborno, enlazan con los valores éticos de nuestro Grupo y están formadas por:

- **Política de Donaciones y Patrocinios:** define lo que se entiende por donaciones y por patrocinios, y regula bajo qué supuestos pueden realizarse o no, así como el flujo de validación, documentación y aprobación de los mismos.

- **Política de Regalos y Hospitalidades:** define lo que se entiende por regalo y por hospitalidad, regula los requisitos para que su ofrecimiento y/o aceptación pueda considerarse válida y compatible con las normas de conducta de Inditex y establece un canal de comunicación y denuncias con el Comité de Ética.

- **Política de Relaciones con Funcionarios:** define lo que se entiende por soborno y por funcionario y prohíbe expresamente los sobornos en los sectores público y privado, incluidos los pagos de facilitación, incluso en los supuestos en los que tales pagos no resulten prohibidos por la legislación del país o territorio de que se trate. Asimismo, la Política establece los procesos de diligencia debida implantados para garantizar que el comportamiento de los terceros con los que se relaciona Inditex se encuentran alineados con los valores, normas y estándares éticos de la Compañía, la normativa aplicable en los mercados y las mejores prácticas existentes en materia anticorrupción.

Por otro lado, Inditex cuenta con la siguiente normativa específica en materia de **prevención y gestión de conflictos de interés** y de **prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo**, respectivamente:

- Política de Conflictos de Interés

Establece los principios y criterios a tener en cuenta para prevenir, detectar, comunicar y gestionar los conflictos de interés que puedan surgir en el desarrollo

de las actividades profesionales de los empleados de Inditex, y que pudieran comprometer la necesaria objetividad o profesionalidad en el desempeño de sus funciones.

- Política de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo

Define los procesos de diligencia debida implantados en la Compañía, teniendo en cuenta las distintas actividades empresariales desarrolladas por Inditex, esto es:

- La limitación de cobros en efectivo en tiendas, por la que se desarrollan los mecanismos de control de cobros de efectivo a sus clientes en tienda; y

- La identificación y análisis de los potenciales riesgos de nuestros socios de negocio, proveedores y otros terceros, de acuerdo con las medidas de diligencia debida (*due diligence*) que se desarrolla en nuestra normativa interna (la Política y el Procedimiento de *Due Diligence*) y, en su caso, la legislación que resulte de aplicación.

Diligencia debida (*due diligence*)

En línea con los principios y criterios de actuación establecidos en el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores, en Inditex estamos firmemente comprometidos con la prevención de riesgos de *compliance* provenientes de terceros con los que mantenemos una relación comercial directa. En este sentido, la **Política de Due Diligence**, aprobada por el Consejo de Administración en septiembre de 2019, tiene por finalidad el alineamiento de las relaciones mantenidas por Inditex con sus socios de negocio, proveedores y grandes clientes, con los procesos descritos en el estándar internacional ISO 37001 de Sistemas de Gestión Antisoborno en las organizaciones, así como con la normativa y el resto de estándares más exigente en materia de anticorrupción.

El proceso de *Due Diligence* que la Política regula consiste en la **identificación y el análisis de todos los socios de negocio y terceros** con los que se relaciona comercialmente Inditex, desde el punto de vista de la corrupción, el fraude, las sanciones comerciales internacionales y/o cualesquiera otros riesgos de similar naturaleza. Por consiguiente, se trata de un proceso independiente, pero alineado con cualquier otro análisis social, medioambiental, operacional, financiero, comercial o de cualquier otra índole que el Grupo puede llevar a cabo con proveedores u otros terceros.

El desarrollo y la implementación de la Política se realiza sobre la base de una serie de principios:

Se establece la obligación de someter a este proceso de *due diligence* a la totalidad de **socios de negocio, grandes clientes, proveedores y terceros** con los que nos relacionamos comercialmente.

Es **presupuesto previo y necesario** para poder iniciar relaciones comerciales con terceros.

Determina la **prohibición de mantener relaciones comerciales** con aquellos terceros respecto de los cuales **se hayan detectado riesgos de compliance**, y no se haya puesto en marcha un plan de acción para remediarlos o mitigarlos.

Se realizará con arreglo a los **principios de razonabilidad y proporcionalidad**, aplicando diferentes niveles de análisis en base a criterios como el volumen de negocio, el riesgo del sector o el mercado u otros elementos).

En el marco del sistema de *Due Diligence*, contamos asimismo con el **Procedimiento de Limitación de Relaciones Comerciales con Proveedores en Mercados Restringidos o No Autorizados**, que establece limitaciones a la contratación con proveedores, permitiendo únicamente

la contratación con proveedores domiciliados en mercados autorizados por el Grupo (esto es, los que se adecúan a los criterios legales y de operatividad de negocio) y la realización de pagos a aquellos que, cumpliendo con el primer requisito, disponen además de cuentas bancarias domiciliadas en dichos mercados.

Modelos de prevención de delitos y de la corrupción fuera de España

Por otro lado, en 2020 se ha continuado con la implantación de **modelos de compliance a nivel local**, que dan cumplimiento a los requerimientos normativos existentes en cada jurisdicción donde tenemos presencia, y se ha iniciado el proceso de homogeneización de los modelos de prevención de riesgos penales y anticorrupción, con plena alineación y coordinación con el sistema implementado en España que opera, además, como sistema global.

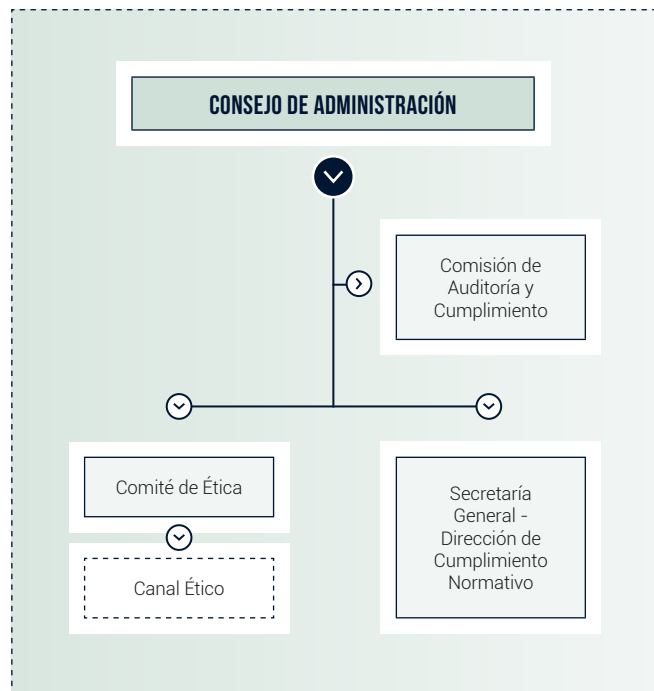
Además, durante el ejercicio 2020 se ha iniciado la implantación en México y Brasil de sendos modelos, con el objeto de dar cumplimiento a los requerimientos legales existentes en dichas jurisdicciones, siempre en coordinación con el Modelo. En ambos casos, han sido sometidos a un diagnóstico previo de auditoría interna y a un asesoramiento legal externo, con el fin de revisar su adecuación a la normativa, recomendaciones y buenas prácticas.

El estado y características de los modelos de *Compliance* implantados a nivel local a fin de ejercicio 2020 se detalla a continuación:

| | DESCRIPCIÓN DEL MODELO | NORMATIVA O ESTÁNDAR DE REFERENCIA | ESTADO |
|------------------------------|---------------------------------|--|-------------------------------------|
| | | | |
| FRANCIA | Modelo anticorrupción | <i>Loi Sapin II</i> | 2º ciclo de monitorización |
| ITX RE DAC | Modelo anticorrupción | <i>Criminal Justice Act</i> | 2º ciclo de monitorización |
| REINO UNIDO E IRLANDA | Modelo anticorrupción | <i>UK Bribery Act</i> | 2º ciclo de monitorización |
| ITALIA | Modelo de prevención de delitos | <i>D. Lgs. 231/2001 - Responsabilità amministrativa da reato</i> | Revisión y actualización del modelo |
| RUSIA | Modelo anticorrupción | <i>Criminal Code Anticorruption guidelines</i> | En proceso de implementación |
| TURQUÍA | Modelo anticorrupción | <i>Criminal Code Anticorruption guidelines</i> | En proceso de implementación |
| MÉXICO | Modelo de prevención de delitos | N/A | Implementado |

b) Órganos de gestión y supervisión del Sistema de Compliance

Los órganos de gestión y supervisión del Sistema de Compliance y, en particular, del Modelo son:



La **Comisión de Auditoría y Cumplimiento**, que tiene atribuidas, entre otras, las siguientes funciones:

- (i) evaluar la eficacia de los sistemas internos de control y gestión de riesgos financieros y no financieros, incluidos los relacionados con la corrupción, y de las medidas previstas para evitar o mitigar el impacto de los riesgos detectados e identificados en la Matriz;
- (ii) identificar y reevaluar los riesgos financieros y no financieros más significativos;
- (iii) velar por que los mismos se mantengan y gestionen dentro de los niveles de tolerancia aceptados, y
- (iv) supervisar el cumplimiento y la eficacia de las políticas y procedimientos de Compliance.

Además, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento informa al **Consejo de Administración**, trimestralmente y siempre que éste lo solicite, sobre el cumplimiento del Código de Conducta y Prácticas Responsables y el Modelo de Prevención de Riesgos Penales; y puede realizar propuestas para la adopción de medidas tendentes a mejorar el cumplimiento del Modelo y del Sistema de Compliance.

El Comité de Ética y Secretaría General-Dirección de Cumplimiento Normativo, conforman la denominada Función de Compliance. **Secretaría General-Dirección de Cumplimiento Normativo**, que tal y como se ha explicado anteriormente, tiene atribuida la función de **gestión operativa del Sistema de Compliance** de Inditex y su Grupo, en general, y, en particular, del Modelo de Prevención de Riesgos Penales. Por su parte, el **Comité de Ética**, es el órgano interno encargado de **supervisar el cumplimiento de los Códigos de Conducta y del Modelo de Prevención de Riesgos Penales**, así como de garantizar la efectividad de los controles:

El Comité de Ética presenta, al menos con periodicidad semestral, un **informe a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento** en el que se analizan sus actividades y la aplicación del Código de Conducta y Prácticas Responsables y los resultados de la supervisión del Modelo de Prevención de Riesgos Penales.


c) Comité de Ética y el Canal Ético

El Comité de Ética es un órgano interno dependiente del Consejo de Administración, a través de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Este órgano colegiado está formado por:




Es además el órgano responsable de supervisar el funcionamiento del **Canal Ético** y el cumplimiento de su procedimiento, debiendo impulsar las investigaciones que sean necesarias. El funcionamiento de este Canal Ético está desarrollado en el **Procedimiento del Canal Ético**.

El **Canal Ético** es un cauce estrictamente confidencial a través del cual todos los empleados del Grupo, fabricantes, proveedores o terceros con relación directa e interés comercial o profesional legítimo, con independencia de su nivel jerárquico y de su ubicación geográfica o funcional, podrán comunicar, incluso de forma anónima:



Consultas y/o dudas sobre la **interpretación o aplicación** del Código de Conducta y Prácticas Responsables y del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores del Grupo, así como de cualesquiera otra **normativa interna de conducta** dentro de las competencias del Comité de Ética.



Incumplimientos en relación con los **Códigos de Conducta** del Grupo, así como de cualesquiera otra **normativa interna de conducta** dentro de las competencias del Comité de Ética, de los que tengan conocimiento, que afecten a Inditex, y que hayan sido cometidos por empleados, fabricantes, proveedores o terceros con los que Inditex mantenga una relación laboral, comercial o profesional directa.

Por tanto, pueden ser también objeto de comunicación los incumplimientos e irregularidades relacionadas con la **corrupción, el fraude y el soborno**.

a las mejores prácticas internacionales en materia de Derechos Humanos. En particular, dicho Procedimiento ofrece las siguientes **garantías y medidas de protección** de las partes en el proceso:

Máxima confidencialidad.

Presunción de inocencia y preservación del **derecho al honor de los denunciados.**

Prohibición de represalias.

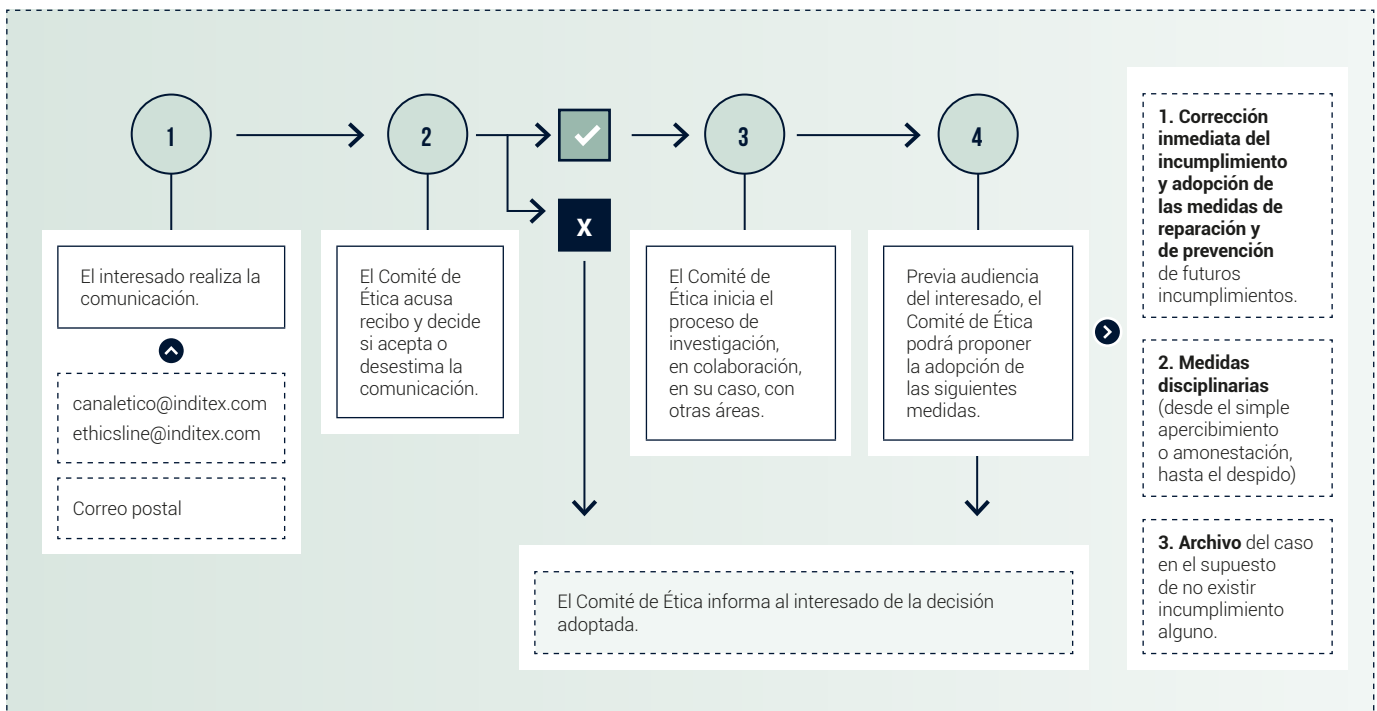
Uso adecuado de los **datos personales** manejados.

Derecho de audiencia de las partes.

Toda la información relativa al Comité de Ética y el Canal Ético se encuentra disponible en la **intranet** y en la **web corporativa** (www.inditex.com), en la pestaña de **Compliance**, que facilita acceso directo a dicho canal.

El Procedimiento, que fue modificado por el Consejo de Administración en diciembre de 2019, se encuentra adecuado a los requerimientos normativos en materia de **protección de los datos personales** y de los **derechos de los usuarios de los mecanismos de denuncia**, así como

Funcionamiento del Canal Ético



Las decisiones del Comité de Ética tienen **carácter vinculante** para el Grupo Inditex y el destinatario, en su caso, de las mismas.

Ethics Line | Canadá, Estados Unidos y Puerto Rico

Inditex ha puesto asimismo a disposición de sus empleados y terceros la **Ethics Line para Canadá, Estados Unidos y Puerto Rico**, como cauce adicional para el planteamiento de consultas y/o comunicación de incumplimientos o irregularidades relativas al Código de Conducta y Prácticas Responsables, y demás normativa de conducta de Inditex. En línea con las mejores prácticas locales, la gestión y administración de este canal se ha encomendado a un proveedor externo. Se puede acceder al mismo por vía telefónica y a través de la web, y se encuentra disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Desglose de las comunicaciones por temática⁽¹⁾



Durante el ejercicio 2020, el Comité de Ética ha tramitado un total de 315 expedientes (310 y 302 expedientes en 2019 y 2018, respectivamente).

De esos 315 expedientes tramitados por el Comité de Ética, 10 de ellos se encuentran relacionados con la diversidad y potenciales conductas discriminatorias. Tras las correspondientes investigaciones, en ninguno de los casos tramitados por el Comité de Ética se han observado evidencias de vulneraciones de Derechos Humanos, ni en relación con los empleados de Inditex, ni en relación con sus proveedores de bienes y prestadores de servicios.

Casos relativos a la corrupción, fraude y soborno⁽²⁾

Durante el ejercicio 2020, se han tramitado por el Comité de Ética 20 expedientes relacionados con la corrupción y el soborno entre particulares. De los expedientes cerrados, en 3 se han confirmado evidencias de prácticas irregulares, dando lugar a la adopción de las correspondientes medidas subsanadoras, mitigadoras y/o preventivas, incluidas medidas disciplinarias y/o terminaciones de la relación laboral. En ninguno de dichos casos se han observado aspectos relevantes que afecten a la Compañía.

Durante los ejercicios 2020, 2019 y 2018, el Grupo no ha tenido conocimiento, ni a través de su Comité de Ética, ni a través de otros medios, de la tramitación de procedimientos judiciales en materia de corrupción o soborno que afecten a la Compañía.

Durante el ejercicio 2020, la *Ethics Line* ha tramitado un total de 74 expedientes, 59 relativos a Estados Unidos, y 15 a Canadá (64 relativos a Estados Unidos, y 12 a Canadá, en 2019, respectivamente).

d) Formación, comunicación y sensibilización

Comunicación y difusión interna y externa

La formación de nuestros empleados y proveedores es clave para la construcción y crecimiento de nuestro modelo de *Compliance*. En ellos confiamos plenamente para hacer valer los **valores, principios y pautas de conducta éticos** que conforman nuestra cultura corporativa interna.

En Inditex fomentamos la **comunicación y la difusión de la normativa interna** vinculada al modelo de *Compliance* del Grupo y, en particular, al Modelo de Prevención de Riesgos Penales. La Compañía facilita a todos los obligados el conocimiento y la divulgación de las reglas de conducta adoptadas, manteniéndolos informados tanto sobre los objetivos de corrección y transparencia que se pretenden alcanzar, como sobre el modo a través del cual Inditex persigue sus objetivos de cumplimiento.

(1) Según clasificación de Navex.

(2) Los expedientes de esta naturaleza están incluidos dentro de la categoría de "Integridad en los negocios".

En atención a lo anterior, las políticas y procedimientos que conforman el modelo de *Compliance* del Grupo Inditex, se encuentran disponibles para todos los empleados en la intranet corporativa (INet), desde cualquier dispositivo.

Asimismo, la nueva pestaña "**Compliance**" de la web corporativa (www.inditex.com) recoge la principal normativa de *compliance*, públicamente accesible para todos nuestros grupos de interés. Destacan especialmente los Códigos de Conducta y Prácticas Responsables y de Fabricantes y Proveedores y las Políticas de Integridad del Grupo, que constituyen la cúspide de la pirámide de la normativa de conducta del Grupo y el pilar sobre el que se erige el sistema de *Compliance*.

Al mismo tiempo, a fin de garantizar nuestro **compromiso formal**, al más alto nivel, con el comportamiento ético y responsable que forma parte de la cultura empresarial del Grupo, y con el Sistema de *Compliance* y, en particular, el Modelo de Prevención de Riesgos Penales, **Secretaría General-Dirección de Cumplimiento Normativo** se encarga de:

1. Informar adecuadamente y mantener actualizados a los miembros del Consejo de Administración de Inditex, a través de un seguimiento trimestral, en relación con los siguientes aspectos: (i) la aplicación de los Códigos de Conducta y Prácticas Responsables y de Fabricantes y Proveedores y (ii) las actividades y resultados de la supervisión del Modelo de Prevención de Riesgos Penales del Grupo Inditex.

2. Comunicar puntualmente toda la **normativa corporativa interna aprobada** a todos los directivos y otros responsables de áreas y actividades del Grupo (i.e. directores de cadena, directores y responsables de áreas corporativas, directores de filiales en otros mercados y sus directores financieros, y otros directores y responsables de actividades y departamentos), recordándoles su obligación de comunicar el contenido de la comunicación y su normativa, a todas las personas incluidas en sus respectivas áreas de responsabilidad. A la hora de determinar otros posibles destinatarios, Secretaría General-Dirección de Cumplimiento Normativo tiene en cuenta asimismo el concreto ámbito de aplicación de cada una de las políticas y procedimientos que se comunican.

A lo largo del ejercicio 2020, Secretaría General – Dirección de Cumplimiento Normativo ha **comunicado y publicado** en INet la normativa que se relaciona a continuación:

| NORMATIVA | CATEGORÍA | FECHA DE APROBACIÓN | |
|---|---|---------------------|------------|
| Procedimiento sobre el Flujo de Autorización de Operaciones Financieras | Procedimiento | 08/04/2020 | |
| Instrucción sobre la Divisa de pago a Acreedores | Instrucción | 10/06/2020 | |
| Normas de desarrollo de la Política de Gestión de Riesgos Financieros | Procedimiento de Gestión de Riesgo de Crédito | Procedimiento | 13/10/2020 |
| | Procedimiento de Riesgo de Divisa en Balance | Procedimiento | 13/10/2020 |
| | Procedimiento de Riesgo de Flujos Futuros | Procedimiento | 13/10/2020 |
| Procedimiento de Gestión de Riesgo Financiero de Terceros | Procedimiento | 20/10/2020 | |
| Instrucción de Servicio de Retirada de Elementos a Punto Limpio en las Tiendas | Instrucción | 06/10/2020 | |
| Política de Comunicación de Información Económico-Financiera, no Financiera y Corporativa | Política | 14/12/2020 | |

Por otro lado, en el marco del proceso de supervisión y monitorización continua del Sistema de *Compliance* del Grupo y, a fin de dar respuesta a los distintos requerimientos normativos y los estándares de *Compliance* aplicables en cada momento, Secretaría General-Dirección de Cumplimiento Normativa ha llevado a cabo la **revisión y actualización** de la siguiente normativa:

| NORMATIVA | CATEGORÍA | FECHA DE APROBACIÓN | FECHA ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN | |
|---|--|---------------------|----------------------------|------------|
| Política de Diversidad e Inclusión | Política | 12/12/2017 | 14/12/2020 | |
| Procedimiento de cancelación de pedidos | Procedimiento | 14/02/2018 | 08/10/2020 | |
| Política de Inversiones Financieras (anteriormente Política de Inversiones) | Política | 10/12/2014 | 14/12/2020 | |
| Política de Gestión de Riesgos Financieros | Política | 09/12/2015 | 17/03/2020 | |
| Política de Control y Gestión de Riesgos | Política | 09/12/2015 | 14/12/2020 | |
| Política de Sostenibilidad (anteriormente Política de Responsabilidad Social Corporativa + Política de Sostenibilidad Medioambiental) | Política de Responsabilidad Social Corporativa | Política | 09/12/2015 | 14/12/2020 |
| | Política de Sostenibilidad Medioambiental | Política | 09/12/2015 | 14/12/2020 |
| Política de Diversidad en la composición del Consejo de Administración y de Selección de Consejeros (anteriormente Política de Selección de Consejeros) | Política | 09/12/2015 | 14/12/2020 | |

Medidas de formación

La promoción de la cultura ética corporativa interna y del Sistema de *Compliance* del Grupo Inditex descansa en la implementación de medidas de formación adaptadas al perfil de riesgo de los distintos colectivos de empleados que forman

parte de Inditex. En este sentido, en Inditex elaboramos, con carácter periódico, contenidos específicos en función de las necesidades de formación de cada colectivo.

En particular, destaca la aprobación por el Comité de Ética, en su sesión de 2 de diciembre de 2019, de un Plan de Formación sobre *Compliance* Penal, que responde a las exigencias en materia de formación sobre *Compliance* penal requeridas por los estándares internacionales y la Circular de la Fiscalía General del Estado 1/2016. Para su elaboración se ha tomado como base el Mapa, derivado de la Matriz, tras su revisión y actualización, y, en consecuencia, se marca como objetivo impartir formación sobre los distintos eventos de riesgo que son relevantes para la Sociedad.

En consecuencia, el Plan determina e identifica a los destinatarios de la formación, que son aquellos empleados de Inditex que realizan su actividad profesional en áreas que tienen asociados riesgos identificados como "alto" en la Matriz, esto es: (i) los que tienen responsabilidad de gestión de controles conectados con algún evento del riesgo; (ii) los que realizan funciones de compra de producto o contratan suministros y servicios con terceros; (iii) aquellos que, sin ser responsables de la gestión de un determinado control, participan en el proceso de configuración del control; y (iv) los administradores y apoderados del Grupo.

Durante el ejercicio 2020 nuestros objetivos establecidos en materia de formación se han visto afectados por el impacto de la COVID-19, y fundamentalmente por las medidas restrictivas a la movilidad impuestas en los distintos mercados. A medida que la situación se ha ido normalizando, las formaciones se han ido retomando, impartándose en la mayoría de los casos en formato *online*.

En el marco del plan de formación periódico en materia de *Compliance* del Grupo Inditex, cabe destacar las siguientes **acciones formativas** desarrolladas durante el Ejercicio 2020:

1. Nuevas incorporaciones

Todas las nuevas incorporaciones del Grupo Inditex reciben **formación inicial en materia de *Compliance*** y, en particular, en materia de Código de Conducta y Prácticas Responsables y Canal Ético, a través de las sesiones formativas de *Welcome Day*, de carácter presencial u *online*.

Asimismo, en el momento de su contratación, todas las nuevas incorporaciones del Grupo reciben formación específica en materia del Código de Conducta y Prácticas Responsables por parte de los equipos de Personas, al mismo tiempo que asumen su firme compromiso con su cumplimiento a través de la firma del contrato de trabajo, que incorpora una cláusula de adhesión, o de la certificación correspondiente.

A continuación, se refleja el desglose de las medidas de formación llevadas a cabo para nuevas incorporaciones.

| COLECTIVO | MATERIA | REGIÓN | ASISTENTES |
|--------------------------------|-------------------|----------------------------------|------------|
| NUEVAS INCORPORACIONES | | | |
| Empleados corporativo SSCC | <i>Compliance</i> | España (presencial) | 33 |
| | | España (<i>online</i>) | 18 |
| Empleados filiales extranjeras | <i>Compliance</i> | China (<i>online</i>) | 11 |
| | | Ucrania (<i>online</i>) | |
| | | Estados Unidos (<i>online</i>) | |

En consecuencia, teniendo en cuenta el número de altas nuevas registradas durante el ejercicio 2020 sobre la plantilla media, el 10,8% del total de los empleados del Grupo ha recibido formación en materia de *Compliance* durante el referido ejercicio (29% de empleados en 2019 y 2018), de acuerdo con el siguiente desglose:

| | % TOTAL | | |
|-----------------|--------------|------------|------------|
| ÁREA GEOGRÁFICA | 2020 | 2019 | 2018 |
| ESPAÑA | 1,8% | 14,9% | 13,7% |
| RESTO DE EUROPA | 11,0% | 31,5% | 33,2% |
| AMÉRICA | 16,5% | 34,2% | 42,0% |
| ASIA Y RESTO | 25,2% | 44,9% | 45,6% |
| TOTAL | 10,8% | 29% | 29% |

| | % TOTAL | | |
|---------------------------|--------------|------------|------------|
| CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | 2020 | 2019 | 2018 |
| DIRECCIÓN | 0,7% | 1,8% | 3,3% |
| RESPONSABLE | 0,4% | 1,6% | 4,2% |
| ESPECIALISTA | 13,4% | 34,6% | 33,9% |
| TOTAL | 10,8% | 29% | 29% |

2. Empleados existentes

Con carácter periódico llevamos a cabo formación, de carácter presencial u *online*, dirigida a colectivos que, bien por el cargo que ostentan y la responsabilidad que asumen, bien por el tipo de actividad que desempeñan, están expuestos a un **mayor riesgo de comisión de incumplimientos** en materia de *compliance* y, en particular, a la comisión de **delitos relacionados con la corrupción entre particulares**.

En este sentido, cabe reseñar la formación a miembros de los órganos de administración y dirección del Grupo que, por la responsabilidad y funciones que ostentan, reciben formación de carácter recurrente.

A lo largo del ejercicio 2020, Secretaría General – Dirección de Cumplimiento Normativo ha llevado a cabo las sesiones de formación que se relacionan a continuación:

| COLECTIVO | MATERIA | REGIÓN | ASISTENTES |
|---|---|---|------------|
| ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN ALTA DIRECCIÓN | | | |
| Zara Holding Supervisory Board | Compliance | Países Bajos (<i>online</i>) | 11 |
| Dirección corporativa filial | Compliance | Turquía (<i>online</i>) | 6 |
| Dirección ITX Trading | Compliance | Suiza | 1 |
| Dirección Bangladés | Compliance | Bangladés | 1 |
| Dirección servicios centrales | Ética y Compliance | España (<i>online</i>) | 145 |
| CORPORATIVO OFICINA | | | |
| Personal corporativo, cadenas, logística y fábricas | Compliance | España (<i>online</i>) | 1.938 |
| Personal corporativo filiales extranjeras (revisores locales <i>Due Diligence</i>) | Procedimiento de <i>Due Diligence</i> | Bielorrusia (<i>online</i>) China (<i>online</i>) Estados Unidos (<i>online</i>) Turquía (<i>online</i>) Croacia (<i>online</i>) Ucrania (<i>online</i>) | 10 |
| Personal sujeto a Reglamento Interno de Conducta (RIC) | Reglamento Interno de Conducta (RIC) | España (<i>online</i>) | 2 |
| Personal corporativo Compras y Contrataciones | Comunicación de normativa interna | España (<i>online</i>) | 11 |
| Personal corporativo Gestión de Riesgos | Comunicación de normativa interna | España (<i>online</i>) | 4 |
| Personal corporativo filial | Compliance | Suiza (<i>online</i>) | 8 |
| Personal cadenas (BSK, ZARA KIDS, LFT, PB, STR, ZARA SRA, ZARA MAN) y Administración - Sostenibilidad | Compliance | Bangladés (<i>online</i>) | 49 |
| Personal corporativo filial | Código de Conducta, Políticas de Integridad y Canal Ético | México | 111 |
| Personal ITX Trading | Código de Conducta | Asia | 116 |
| Personal corporativo filial | Código de Conducta | China | 375 |
| TIENDAS LOGÍSTICA-DISTRIBUCIÓN FÁBRICAS | | | |
| Personal tienda Kiddys' Class | "Buenos días" – Compliance | España (presencial) | 236 |
| Personal tienda Zara España | "Buenos días" – Compliance | España (presencial) | 2.624 |
| Personal tienda Zara Home – <i>Store Managers</i> | "Masterclass" – Compliance | España (<i>online</i>) | 130 |
| | | Alemania (presencial) | 506 |
| | | Finlandia/Dinamarca/Noruega/ Suecia (<i>online</i>) | 569 |
| | | Austria | 3.542 |
| | | Francia | 4.906 |
| Personal tiendas cadenas filiales | "Buenos días" – Compliance | Rumanía | 2.112 |
| | | Rusia | 2.007 |
| | | Suiza | 34 |
| | | Turquía | 189 |
| | | Ucrania | 824 |
| | | Argentina | 1969 |
| Personal tiendas cadenas filiales | Código de Conducta | Uruguay | 452 |
| | | Brasil | 264 |
| | | México | 909 |

En relación con lo anterior, cabe destacar la sesión de formación *online* impartida a nuestros empleados de Zara, Zara Home y Zara.com (fundamentalmente, los equipos comerciales), de los Servicios Centrales del Grupo, así como empleados de fábricas y logística, que en el desempeño de su actividad profesional tienen relación frecuente con proveedores y/o funcionarios o administraciones públicas. La temática de dicha sesión se centró, principalmente, en el Código de Conducta y Prácticas Responsables -en particular, en relación con la prevención de la corrupción, el fraude y el soborno y los conflictos de interés-, las Políticas de Integridad y el Canal Ético.

Se trata de una de las formaciones más relevantes por cuanto: (i) la plantilla del equipo comercial de Zara, Zara Home y Zara.com representa un 42,7% sobre el

número total de empleados que conforman los equipos comerciales del Grupo (30% y 36,9% de empleados en 2019 y 2018, respectivamente); y (ii) se han ampliado los colectivos a los que dicha formación va dirigida a aquellos empleados de otros departamentos y áreas que, sin pertenecer a los equipos comerciales, también están expuestos a un riesgo alto de corrupción.

Teniendo en cuenta lo anterior, y en particular, el 65,3% de la Alta Dirección- ha recibido formación en materia de *Compliance* Penal (33,33% y 100% de Alta Dirección en 2019 y 2018, respectivamente).

Por otra parte, resulta esencial la transmisión de la cultura ética corporativa y de *compliance* y la sensibilización de los terceros con los que mantenemos una relación comercial directa. En este sentido, a lo

largo del ejercicio 2020, destacan las **sesiones de formación online** en materia de *compliance* y cultura ética corporativa impartidas por Secretaría General – Dirección de Cumplimiento Normativo al **clúster de proveedores** ubicados en **Bangladés**, tal y como se refleja a continuación:

| COLECTIVO | MATERIA | REGIÓN | ASISTENTES |
|-------------------------|-------------------|-----------|------------|
| PROVEEDORES | | | |
| Proveedores de producto | <i>Compliance</i> | Bangladés | 111 |

Medidas de concienciación y sensibilización

1. Aceptación del Código de Conducta

Todos nuestros empleados se adhieren al Código de Conducta y Prácticas Responsables y reciben una formación específica sobre el mismo al comienzo de su relación laboral con el Grupo.

Además, desde noviembre de 2020 nuestros empleados de Servicios Centrales y de las sedes de todas las cadenas en España, así como los empleados de los servicios corporativos en Francia y Portugal, cada vez que acceden con su ordenador a los sistemas informáticos de la Compañía y, de forma previa a dicho acceso, deben aceptar nuestro Código de Conducta y Prácticas Responsables. Está previsto que durante el ejercicio 2021 se lleve a cabo la implantación de esta iniciativa en Canadá y otros países de Europa.

Todos nuestros proveedores aceptan cumplir con el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores antes de comenzar su relación comercial con el Grupo.

2. Recordatorio anual prohibición de regalos – Comité de Ética:

Con carácter anual, el Comité de Ética remite un correo electrónico recordando las previsiones recogidas en el Código de Conducta y Prácticas Responsables y la Política de Regalos y Hospitalidades, relativas a la aceptación y recepción de regalos de proveedores, adjuntando un modelo de carta a remitir a los proveedores del Grupo para recordarles tales prohibiciones. Dicho correo electrónico se envía a directivos y otros mandos intermedios del Grupo, junto con empleados de las cadenas en España que, debido a su relación con proveedores u otros terceros, deben conocer expresamente los riesgos derivados de los delitos de corrupción entre particulares o en los negocios.

3. Sección *Compliance* en intranet (INet) y web corporativa:

Con el fin de obtener el mayor grado posible de difusión y concienciación sobre nuestra cultura ética corporativa, toda nuestra normativa interna de conducta se encuentra publicada y es fácilmente accesible en nuestra web corporativa, en el apartado "*Compliance*", subapartado "*Ética Corporativa*" y en INet, para nuestros empleados. A continuación, se muestra el detalle las visitas recibidas en INet y a contenidos relacionados con *Compliance* y a la sección de *Compliance*:



4. Otras acciones de comunicación y sensibilización

Además, en Inditex desarrollamos distintas iniciativas de difusión y comunicación interna para nuestros empleados, entre las que destacan: (i) la colocación de carteles ("poster") sobre el Código de Conducta y el Canal Ético, en las tiendas de las distintas cadenas y mercados, con acceso directo al mismo en el idioma local, a través de un código QR, (ii) la publicación de píldoras informativas online en INet y (iii) otras acciones de comunicación y sensibilización (jornadas de ética/integridad, notificaciones *push*, etc.)

En este sentido, merece especial mención la semana de la ética ("*Ethics Week*") celebrada en China, de dos semanas de duración (entre el 7 y el 18 de diciembre de 2020), para promover la "Integridad" como uno de los valores de la Compañía en el país, que incluía diversas iniciativas como: (i) videos de promoción de la integridad en los que participaba el equipo de dirección (incluida la directora del Grupo en China); (ii) la participación del Embajador de Integridad de China; (iii) un concurso y retos para nuestros empleados; o (iv) la colocación de carteles en oficinas y tiendas.

Por otro lado, actualmente todas las tiendas del Grupo Inditex y sus cadenas en Europa, Asia y América cuentan con cartelera ubicada en los centros de trabajo. Estos carteles incorporan un código QR a través del cual nuestros empleados pueden acceder al contenido del Código de Conducta y el Canal Ético. Asimismo, en 2020 se llevó a cabo una campaña de recordatorio sobre el Código de Conducta y Prácticas Responsables en Francia, mediante la publicación de una noticia y una notificación *push*, que fueron enviadas a un total de 9038 empleados (oficina y tiendas).

En Uruguay se han llevado a cabo acciones de comunicación y sensibilización específicas en materia de Código de Conducta, a través de comunicaciones por e-mail, colocación de póster en centros de trabajo y publicación de contenidos relacionados en INet. Un total de 306 empleados han sido destinatarios de dichas acciones.

2.6.3. Buen Gobierno Corporativo

Se puede definir el Gobierno Corporativo como la forma en que las empresas se organizan, se dirigen y son controladas. Se trata, por lo tanto, de una especialidad dentro del marco de gestión y organización del Sistema de *Compliance*, de carácter general y transversal, que persigue garantizar el cumplimiento en todo momento, al más alto nivel, esto es, por parte del equipo de dirección y de los miembros del Consejo de Administración, de las normas, recomendaciones y mejores prácticas existentes en la materia.

En Inditex se ha configurado un sistema de gobierno corporativo que es parte esencial del *Compliance* corporativo, dotado de una serie de normas, procedimientos y mecanismos para garantizar que los consejeros y el equipo de dirección, en quienes recae la responsabilidad del gobierno de la Compañía, actúen con diligencia, ética y transparencia en el ejercicio de sus funciones, rindan cuentas de su actividad -que está sujeta a verificación y control, interno y externo-, al mismo tiempo que se asegura el equilibrio de poderes y el respeto e igualdad de todos nuestros accionistas, en especial de los minoritarios.

La Junta General de Accionistas constituye el órgano supremo y soberano de expresión de la voluntad de nuestros accionistas, mientras que el Consejo de Administración, salvo en las materias reservadas a la competencia de la Junta General de Accionistas, se configura como el máximo órgano de decisión, supervisión y control de la Sociedad al tener encomendadas las funciones de dirección, administración, gestión y representación.

El Consejo de Administración cuenta además con una serie de comisiones delegadas y especializadas por materias y competencias: (i) la Comisión de Auditoría y Cumplimiento; (ii) la Comisión de Nombramientos; (iii) la Comisión de Retribuciones; y (iv) la Comisión de Sostenibilidad.

De acuerdo con la normativa interna de Inditex, el Consejo de Administración tiene delegada con carácter general la gestión de los negocios ordinarios a favor de los órganos ejecutivos y nuestro equipo de dirección, concentrando su actividad en la **función general de supervisión**, que comprende orientar la política de Inditex, controlar las instancias de gestión, evaluar la gestión de los directivos, adoptar las decisiones más relevantes para la Sociedad y servir de enlace con nuestros accionistas.

Igualmente, corresponde al Consejo de Administración velar por el **cumplimiento por la Sociedad de sus deberes sociales y éticos** y de su deber de actuar de buena fe en sus relaciones con nuestros empleados y con terceros, así como velar para que ninguna persona o grupo reducido de personas ostente un poder de decisión dentro de la Sociedad no sometido a contrapesos y controles, así como que ningún accionista reciba un trato de privilegio en relación con los demás.

El Consejo desarrolla sus funciones de conformidad con el interés social, entendido como la **viabilidad y la maximización del valor de la empresa a largo plazo en interés común de todos nuestros accionistas**, lo que no deberá impedir la consideración de los demás intereses legítimos, públicos o privados, que confluyen en el desarrollo de nuestra actividad empresarial, y especialmente nuestros grupos de interés: nuestros empleados, clientes, y proveedores, y la sociedad civil en general, determinando y revisando sus estrategias empresariales y financieras según dicho criterio, procurando establecer un equilibrio razonable entre las propuestas elegidas y los riesgos asumidos.

En consecuencia, el objetivo de maximización de valor de la empresa sólo puede entenderse como la creación continua de valor para todos y cada uno de nuestros principales grupos de interés.

En definitiva, en Inditex se ha configurado un concepto de buen gobierno corporativo que es instrumento estratégico para el desarrollo de nuestro modelo de negocio ético, eficiente y competitivo.

Para lograr estos objetivos, se implementan las novedades legislativas y las recomendaciones que resulten de aplicación, y se refuerzan sistemáticamente las prácticas de buen gobierno corporativo en el seno del principal órgano que ha de velar por el mismo, el Consejo de Administración, así como en sus Comisiones delegadas. En la aprobación y/o reforma de cualquier norma interna, se prima el establecimiento de estándares que mejoren

la gobernanza y, por ende, la confianza de inversores, accionistas y del resto de grupos de interés.

El sistema de gobierno corporativo de Inditex alcanza un grado de cumplimiento total de los requerimientos regulatorios contenidos en la legislación aplicable y prácticamente absoluto de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) (en adelante, "CBG").

El Informe Anual de Gobierno Corporativo correspondiente al ejercicio 2020, aprobado por el Consejo de Administración en su sesión de 9 de marzo de 2021, y disponible en nuestra web corporativa (en la sección de "Compliance", apartado "Buen Gobierno Corporativo", "Informe Anual de Gobierno Corporativo") y en la web de la CNMV, proporciona una información completa y razonada sobre la estructura y prácticas de gobierno de la Sociedad.

a) Hacia una gobernanza sostenible

La Sostenibilidad constituye uno de los elementos configuradores esenciales del Sistema de Gobierno Corporativo de Inditex. En este sentido, dicho Sistema ha estado en continuo proceso de revisión y mejora, evolucionando en línea con las recomendaciones y mejores prácticas internacionales en la materia y de modo especial, con los criterios ESG (*Environmental, Social and Governance*, por sus siglas en inglés), hacia un sistema de gobernanza sostenible.

El compromiso del Grupo con la sostenibilidad se refleja al más alto nivel de la Compañía, partiendo de los máximos órganos de gobierno, con la sostenibilidad como factor integrado en el proceso de toma de decisiones.

De esta forma, el Sistema de Gobierno Corporativo de Inditex ofrece una visión integral que promueve el gobierno responsable, para preservar los intereses de nuestros accionistas, al mismo tiempo que se ha ido haciendo eco y responsabilizando también del impacto medioambiental, social y reputacional de nuestra actividad, en la búsqueda por maximizar el interés social a largo plazo a través de la necesaria creación continua de valor para todos y cada uno de nuestros grupos de interés.

Se configura de este modo un modelo de empresa socialmente responsable y sostenible, en continuo diálogo participativo y en beneficio común de todos los estamentos relacionados con ella.

Esta integración de la sostenibilidad en nuestro Sistema de Gobierno Corporativo se construye a través de los siguientes factores:

- La integración de la sostenibilidad en su gestión y estrategia corporativa

A los efectos de adecuar su estructura organizativa al más alto nivel de la Organización a la estrategia del Grupo, claramente orientada al ámbito de la sostenibilidad social y medioambiental, el Consejo de Administración aprobó, en su sesión de fecha 11 de junio de 2019, la creación de la **Comisión de Sostenibilidad**, como comisión delegada de carácter informativo y consultivo, responsable de asesorar al Consejo en las materias de su competencia y de supervisar y controlar las propuestas en materia de sostenibilidad en los ámbitos de Derechos Humanos, social, medioambiental y de salud y seguridad de nuestros productos, así como de fomentar el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En otras palabras, la Comisión es el órgano responsable de realizar el seguimiento de nuestra estrategia y de las prácticas de sostenibilidad social y medioambiental. Todo ello permite llevar cabo la definición de la estrategia corporativa atendiendo a las oportunidades, riesgos e impactos derivados de la sostenibilidad, así como de los procedimientos para el establecimiento, medición y consecución de objetivos de sostenibilidad, considerando los intereses de todos nuestros grupos de interés y sin perder de vista el atender al principio de precaución en la toma de decisiones de la Compañía. Todo ello tiene su fiel reflejo en la **Política de Sostenibilidad** del Grupo, aprobada recientemente por el Consejo de Administración, en su sesión de 14 de diciembre de 2020, que refunde en una las anteriores Políticas de Sostenibilidad Medioambiental y de Responsabilidad Social Corporativa, y recoge la nueva visión y estrategia del Grupo en materia de sostenibilidad.



Más información en el apartado *Nuestra visión de la sostenibilidad* del presente Estado de Información No Financiera.

- El establecimiento de mecanismos adecuados para hacerse eco de las expectativas de nuestros grupos de interés

La **Comisión de Sostenibilidad** es asimismo el órgano responsable de las relaciones con los distintos grupos de interés en el ámbito de la sostenibilidad.

En particular, tiene encomendada la función de supervisar y evaluar –de forma coordinada con la Comisión de Auditoría y Cumplimiento respecto de aquellas cuestiones de su competencia–, tanto la estrategia de comunicación y relación con los distintos grupos de interés, como de los procedimientos y canales de comunicación de los que disponemos en Inditex para garantizar la correcta y continua comunicación con los mismos.

Además, el **Consejo Social**, es un órgano externo permanente de la Compañía, de carácter asesor y consultivo en materia de sostenibilidad, tanto social como medioambiental. Está integrado por personas o instituciones externas e independientes al Grupo. Asume la función de formalizar e institucionalizar el diálogo con aquellos interlocutores considerados claves en la sociedad civil en la que desarrollamos nuestro modelo de negocio y, además, tiene un papel destacado en la determinación de la matriz de materialidad, en la que participa en colaboración con nuestros grupos de interés. El Consejo Social actúa a su vez como interlocutor principal de la Comisión de Sostenibilidad, manteniendo un diálogo efectivo y continuo.

Todo lo cual contribuye asimismo a una mejor identificación y prevención de los riesgos e impactos de sostenibilidad en nuestras operaciones comerciales.

- La existencia de sólidos mecanismos de supervisión en materia de sostenibilidad

La **Comisión de Sostenibilidad** es la responsable de supervisar y controlar las propuestas en materia de sostenibilidad en los ámbitos de Derechos Humanos, social, medioambiental y de salud y seguridad de nuestros productos, así como de realizar el seguimiento de la estrategia y las prácticas de sostenibilidad social y medioambiental.

Además, la Comisión tiene conferidas las funciones relacionadas con la supervisión y verificación del proceso de elaboración de la información no financiera regulada y no regulada. Este procedimiento lo realiza de forma coordinada con la **Comisión de Auditoría y Cumplimiento**, a la que le corresponde la supervisión última y la evaluación del proceso de elaboración e integridad de la información no financiera incluida en el informe de gestión, asegurando el cumplimiento de todos los requerimientos legales, y ocupándose asimismo del proceso de verificación independiente de dicha información. Esta actuación coordinada permite garantizar una visión consolidada sobre la aplicación efectiva de las políticas relativas a sus respectivos ámbitos de competencia, así como una mayor calidad de la información no financiera que se pone a disposición del mercado.

Para ello, Inditex cuenta además con la **Política relativa a la Comunicación de Información Económico-Financiera, no Financiera y Corporativa**, aprobada por el Consejo de Administración en su sesión de 14 de diciembre de 2020. Dicha Política tiene como objetivo establecer el marco de actuación y definir los principios generales que regirán la comunicación por la Sociedad de la información económico-financiera, no financiera y corporativa a través de los canales regulados y los canales no regulados, con la finalidad principal de asegurar la protección de los grupos de

interés y el ordenado funcionamiento del mercado. La Comisión de Sostenibilidad tiene atribuida la competencia de garantizar la efectiva aplicación de esta política.

Entre los diversos principios definidos en la citada Política destacan, a estos efectos, los siguientes: (a) asume como objetivo estratégico la transparencia de la información relativa a la Sociedad en las relaciones con nuestros grupos de interés; (b) procura que la difusión de información económico-financiera, no financiera y corporativa refleje adecuadamente los principios y la estrategia de la Sociedad en materia ambiental, social y de gobernanza (ESG - *Environmental, Social and Governance*); y (c) busca que la información de esta naturaleza que se difunda por medio de los canales no regulados sea veraz y guarde coherencia respecto de esta misma información difundida previamente, por los canales regulados.

Por su parte, la **Comisión de Auditoría y Cumplimiento** tiene encomendada, como órgano responsable de la supervisión y control de la eficacia de los sistemas internos de control y gestión de riesgos, la supervisión y evaluación de los riesgos financieros y no financieros, como los derivados de las actuaciones del Grupo en relación con sus prácticas de sostenibilidad social, medioambiental, etc.

Los miembros de la Comisión de Sostenibilidad, incluida su Presidenta, también son miembros de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. La presencia cruzada de consejeros en ambas comisiones y el reporte que la Presidenta de la Comisión de Sostenibilidad hace en las reuniones del Consejo de Administración sobre los principales asuntos tratados en sus respectivas sesiones garantizan que los asuntos más relevantes en materia de sostenibilidad social y medioambiental sean tomados en consideración en las deliberaciones de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, permitiendo una mejor identificación de los riesgos y oportunidades asociados a dichas materias.

El **Comité de Ética**, es el órgano interno dependiente del Consejo de Administración, a través de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, que vela por el cumplimiento de las normas de conducta y en concreto por el cumplimiento del Código de Conducta y Prácticas Responsables y el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.

A fin de llevar un adecuado seguimiento, tal y como se ha expuesto en el apartado 2.6.2.b) anterior, el Comité de Ética reporta a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento al menos con periodicidad semestral.

- La vinculación entre el desempeño en materia de sostenibilidad y el sistema retributivo de nuestros Consejeros Ejecutivos y la Alta Dirección

Inditex cuenta con una **Política de Remuneraciones de los Consejeros**, aprobada por la Junta General de Accionistas celebrada el 17 de julio de 2018, y posteriormente modificada en la Junta de 16 de julio de 2019, vigente para los ejercicios sociales 2019, 2020 y 2021. Dicha política está accesible en la nueva sección "Compliance", apartado "Buen Gobierno Corporativo", "Junta General de Accionistas", de la página web de la Sociedad.

Los principios y fundamentos de la Política de Remuneraciones en relación con la retribución de los consejeros ejecutivos por el desempeño de las funciones ejecutivas son, entre otros, los siguientes:

- **Moderación:** Las remuneraciones guardan una proporción adecuada a las características de la Sociedad y al modelo de negocio, siempre bajo el principio de que no sean ni excesivas, ni insuficientes, para evitar asumir riesgos inadecuados.
- **Vinculación a la estrategia:** una parte de la remuneración está ligada a la consecución de los objetivos que integran la estrategia del Grupo. Los avances en sostenibilidad y el compromiso medioambiental son un criterio relevante.
- **Largo plazo:** se ajusta a los valores y objetivos a largo plazo de la Sociedad.


De acuerdo con dicha Política, el paquete retributivo de los consejeros ejecutivos se compone de un elemento fijo, un elemento de retribución variable a corto plazo o anual y un elemento de retribución variable a largo plazo o plurianual.

Este *mix* retributivo se configura sobre la base de un equilibrio entre el cumplimiento de objetivos a corto, medio y largo plazo, que permiten remunerar el desempeño continuado durante un periodo de tiempo suficiente para apreciar su contribución a la creación sostenible de valor.

Además, la percepción de la retribución variable de nuestros Consejeros Ejecutivos, tanto la anual como la plurianual, está vinculada al cumplimiento de determinados objetivos de sostenibilidad (medioambientales, sociales y de gobierno corporativo). Estos objetivos están alineados con la estrategia sostenible del Grupo, que considera todos los grupos de interés de Inditex, y permiten incentivar el desarrollo de dicha estrategia.

El detalle de los objetivos, los criterios de medición, así como las escalas de logro vinculadas a cada uno de los objetivos de sostenibilidad vinculados a la retribución variable de los Consejeros Ejecutivos se recogen en el Informe Anual de Remuneraciones de los Consejeros, correspondiente al ejercicio 2020, aprobado por

el Consejo de Administración en su sesión de 9 de marzo de 2021, y disponible en la web corporativa (en la sección de "Compliance", apartado "Buen Gobierno Corporativo", "Informe sobre Remuneraciones") y en la web de la CNMV.

 Más información en el apartado 3.4.3. Remuneraciones de los Consejeros y la Alta Dirección, del presente Estado de Información no Financiera.

La vinculación de objetivos de sostenibilidad al sistema retributivo se hace extensiva a la Alta Dirección del Grupo.

 Más información en el apartado Nuestra visión de la sostenibilidad del presente Estado de Información No Financiera.

- Nuestro compromiso con la diversidad reflejado en la composición de los órganos de gobierno

En Inditex contamos con la **Política de Diversidad e Inclusión de Inditex**, aprobada por el Consejo de Administración en diciembre de 2017, y modificada parcialmente en diciembre de 2020, que establece el marco que promueve los valores de diversidad, multiculturalidad, aceptación e integración en todas las entidades del Grupo y que está impulsada por el más alto nivel de la Compañía.

 Más información en el apartado 3.2.2. Política de diversidad e Inclusión del presente Estado de Información No Financiera.

Así, la Comisión de Nombramientos es el órgano especializado del Consejo que interviene en el proceso de selección, nombramiento, ratificación y reelección de nuestros consejeros. Dicha Comisión tiene como criterio director de su actuación, garantizar la diversidad en la composición de los distintos órganos colegiados de gobierno de nuestra Compañía, incluyendo entre los criterios a considerar la diversidad de conocimientos, aptitudes, experiencias, edad, experiencia internacional o procedencia geográfica y, en especial, de género.

Tal y como la Comisión de Nombramientos consideró en su análisis sobre las necesidades de la Sociedad y del propio Consejo de Administración, recogidas en el correspondiente informe justificativo de fecha 8 de junio de 2020, se puede concluir lo siguiente respecto de la actual composición del Consejo de Administración de Inditex:

- (i) La diversidad en su seno en cuanto a factores como procedencia, conocimientos y experiencias, potenciándose especialmente los perfiles tecnológicos y con *expertise* en sostenibilidad en línea con los ejes estratégicos del Grupo.
- (ii) La existencia de una presencia equilibrada entre hombres y mujeres.

Dichas conclusiones fueron ratificadas por el propio Consejo, en su informe aprobado el 9 de junio de 2020. Ambos informes fueron publicados en la web corporativa al tiempo de la convocatoria de la Junta General de Accionistas de Inditex.

En lo que a diversidad de género se refiere, la Comisión ha mantenido un esfuerzo constante por mantener las más altas cotas de representatividad femenina posible. Claro ejemplo de ello es que ya en 2019 se superó el objetivo del 30% recogido en la Política de Selección de Consejeros vigente en ese momento y recomendado entonces por el Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas. Además, en la reciente modificación de la normativa interna de Inditex, aprobada por el Consejo de Administración en su reunión de 14 de diciembre de 2020, la Comisión ha establecido como **nuevo objetivo el 40% de mujeres consejeras sobre total de miembros del Consejo, a alcanzar antes de que finalice el año 2022.**

| ÓRGANOS DE GOBIERNO | % |
|--------------------------------------|--------|
| Consejo de Administración | 36,36% |
| Comisión de Auditoría y Cumplimiento | 42,85% |
| Comisión de Nombramientos | 40% |
| Comisión de Retribuciones | 20% |
| Comisión de Sostenibilidad | 60% |

Por otro lado, la Comisión también tiene atribuidas funciones en relación con el nombramiento y separación de los miembros de la Alta Dirección, debiendo igualmente velar por la diversidad de género y el impulso del liderazgo femenino, **favoreciendo la existencia de un número significativo de altas directivas.**

Dicho compromiso con la diversidad tiene su reflejo tanto en los Reglamentos de funcionamiento del Consejo de Administración y de la Comisión de Nombramiento como en la **Política de Diversidad en la Composición del Consejo de Administración y de Selección de sus Consejeros** (disponible en la sección de "Compliance", apartado "Buen Gobierno Corporativo", "Junta General de Accionistas" de la página web de la Sociedad), así como en la Política de Diversidad e Inclusión del Grupo.

La diversidad en los órganos de gobierno de una compañía contribuye a la existencia de una visión plural, favoreciendo la identificación de riesgos y oportunidades y, en consecuencia, la consecución de los objetivos corporativos. Además, la diversidad impulsada desde los órganos de gobierno y la Alta Dirección promueve el fomento de la igualdad de oportunidades en toda la organización, así como un

entorno laboral diverso e inclusivo, lo que contribuye de forma esencial a la consecución de los objetivos corporativos de Inditex y a un mejor desempeño empresarial.

b) Organización y funcionamiento de los órganos sociales para hacer frente a los desafíos de la covid-19

Es evidente el impacto que la crisis sanitaria mundial derivada de la covid-19 ha tenido en el normal funcionamiento de los órganos de gobierno de la Sociedad, que ya desde su inicio exigió adoptar medidas excepcionales de adaptación del funcionamiento y dinámicas de trabajo.

- Junta General Ordinaria de Accionistas

En un contexto marcado por la existencia de medidas puntuales restrictivas de la movilidad en determinadas partes del territorio nacional, y en aras de garantizar el normal funcionamiento de la Sociedad y la consecución de sus objetivos, así como de proteger los intereses de nuestros accionistas y otros grupos de interés, se celebró la Junta General Ordinaria de Accionistas en primera convocatoria, el 14 de julio de 2020, con la asistencia y participación tanto física como telemática de los accionistas y sus representantes.

Para ello se articularon y pusieron a disposición de nuestros accionistas los medios necesarios para garantizar la igualdad de trato y el ejercicio de sus derechos de asistencia y participación en la Junta, a través del empleo de medios telemáticos que permitían la conexión remota y en tiempo real.

Asimismo, se implementaron las medidas preventivas necesarias para preservar la salud de todas las personas implicadas en su organización y de los accionistas que optaron por asistir físicamente a la reunión.

- Consejo de Administración y Comisiones delegadas

Por otro lado, la covid-19 también ha tenido como principal exponente la celebración de reuniones telemáticas del Consejo de Administración y de sus Comisiones delegadas, para lo que se han empleado medios de celebración por videoconferencia o por conferencia telefónica múltiple.

Esta coyuntura también ha marcado la agenda del Consejo de Administración y sus Comisiones delegadas, así como el grado de involucración y participación de nuestros Consejeros, al haberse aumentado la frecuencia de las sesiones y de las comunicaciones entre ellos a fin de realizar un seguimiento pormenorizado de la situación.

Además, a lo largo del ejercicio 2020 se han mantenido reuniones periódicas a fin de poder actualizar todos los procesos relacionados con la covid-19 y analizar los posibles efectos sobre el negocio y la consecución de los objetivos estratégicos.

También se ha reforzado el diálogo, la coordinación y la interacción entre los consejeros ejecutivos, los miembros de la Alta Dirección y los responsables de todas las unidades de negocio de las distintas geografías para garantizar una adecuada monitorización y flujo de la información, permitiendo una rápida y adecuada toma de decisiones, en especial, en relación con las áreas críticas o de mayor riesgo del Grupo.

Entre las decisiones adoptadas por el Consejo de Administración durante la gestión de la crisis, cabe destacar las medidas encaminadas a preservar la liquidez de la Compañía, como la reducción de la retribución variable anual de los consejeros ejecutivos y de la Alta Dirección en un 50% o la reconsideración de la política del dividendo extraordinario a la luz de las circunstancias concurrentes. Además, se actualizó el plan de negocio con la finalidad de adecuarlo a la nueva coyuntura.

Finalmente, en un claro contexto de digitalización, se han implantado nuevas herramientas a disposición de los Consejeros, a fin de facilitar su participación en las diferentes sesiones, permitiendo el adecuado reconocimiento de estos y la posibilidad de emitir su voto, todo ello en un entorno seguro.

En definitiva, la crisis derivada de la pandemia ha puesto de manifiesto la importancia de contar con un esquema y unas prácticas de gobierno corporativo bien articuladas y con capacidad de respuesta ante retos tan disruptivos.



Más información en el apartado 2.1. *Respuesta a los desafíos globales derivados de la covid-19* del presente Estado de Información No Financiera.





3 Impulsar

Queremos ir más allá: buscamos que nuestros empleados potencien sus capacidades; ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de acceder a nuestros productos desde cualquier entorno, gracias a la digitalización de la compañía; y que nuestros clientes, personas y proveedores compartan nuestra visión de que debemos contar con un mundo más sostenible. Asimismo, continuamos impulsando nuestro rol transformacional en la cadena de suministro a través de herramientas que impulsan, entre otros, el salario digno o el empoderamiento de la mujer.



La innovación está orientada a conseguir que nuestros clientes experimenten una experiencia de compra integrada entre la tienda física y el canal online.

3.1. Innovación y digitalización

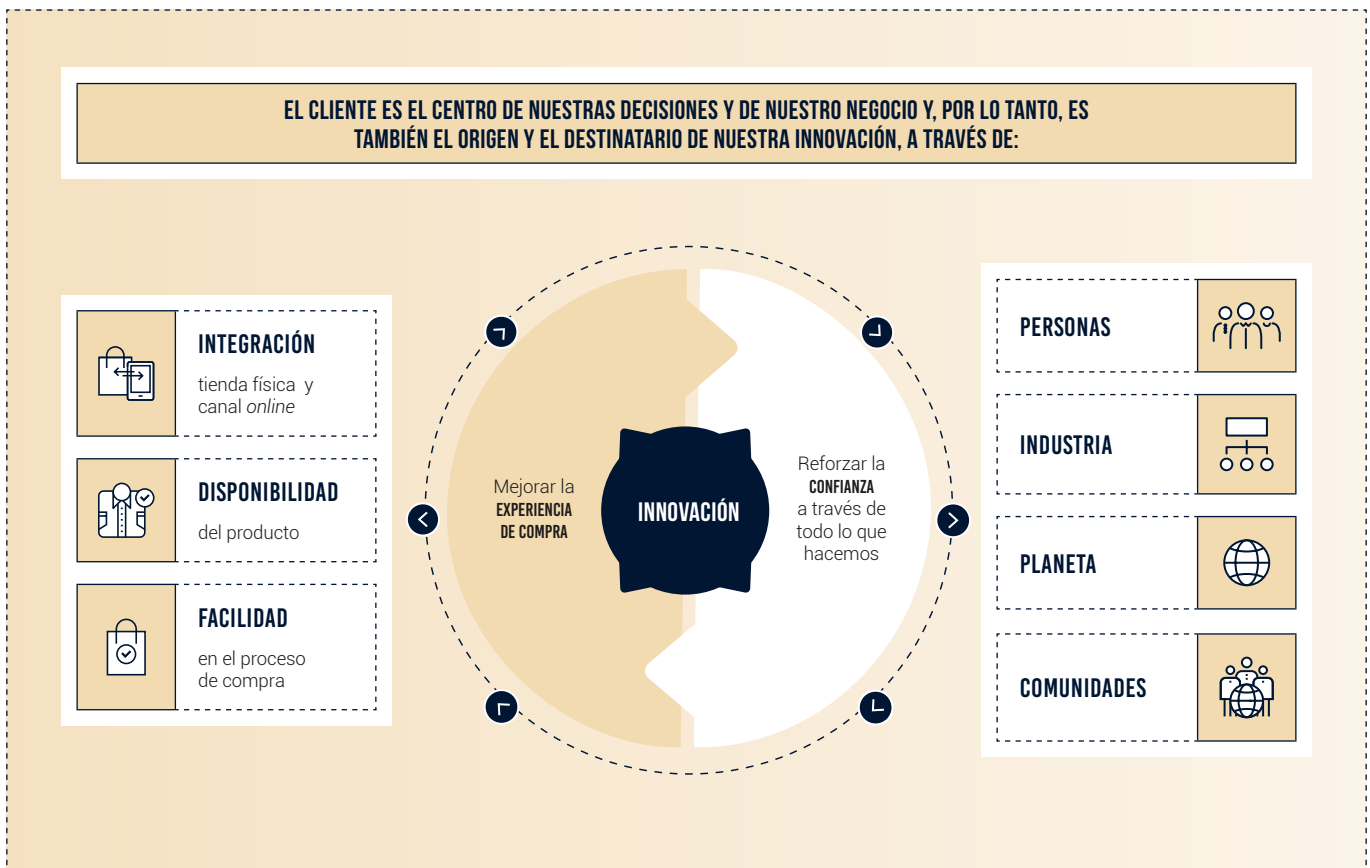
3.1.1. Innovación centrada en el cliente

El **cliente** es el **centro de nuestras decisiones y de nuestro negocio y, por lo tanto, es también 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.

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS
INNOVACIÓN; ORIENTACIÓN AL CLIENTE

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA
12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



a) Mejora de 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 este 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 **experiencia 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**.



INTEGRACIÓN

de la tienda física y el canal online

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, 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.

Nuestro continuo esfuerzo en innovación en el campo de la gestión óptima del *stock* integrado nos ha permitido adaptarnos de forma inmediata a las restricciones sanitarias en las tiendas físicas y al incremento de pedidos en el canal *online*.



DISPONIBILIDAD

del producto

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. 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.



FACILIDAD

en el proceso de compra

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, por lo que aplicamos acciones innovadoras sobre cada una de las fases del proceso, con el fin de maximizar la satisfacción 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 de los IPODS 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 herramientas para optimizar la gestión de los probadores y mejorar así la experiencia de compra de nuestros clientes y asegurando asimismo el distanciamiento social entre nuestros clientes, necesario para hacer de nuestras tiendas un espacio seguro.

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, ofreciendo soluciones como las

cajas de autopago o la recogida de pedidos 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 con nuestros clientes** 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.



b) 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

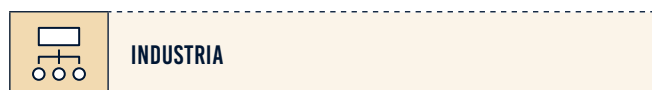
Sin duda alguna, el elemento clave para conseguir poner al servicio del cliente toda nuestra capacidad innovadora reside en las personas que formamos parte de Inditex. Por este motivo y para garantizar que las personas sigan siendo una fuente de innovación constante, ponemos el foco de nuestra gestión en ser capaces de proporcionar a nuestras personas iniciativas de desarrollo y crecimiento en el Grupo.

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

Desarrollo del talento: Lanzamos nuevos proyectos para proporcionar oportunidades de crecimiento a nuestras personas, y apostamos por favorecer entornos de formación y aprendizaje continuos, impulsando nuevas tecnologías y programas que permiten ampliar las habilidades de nuestros equipos para atender a nuestros clientes, en cualquier entorno.

Retribución: Diseñamos sistemas retributivos que se adaptan continuamente a nuestros objetivos de negocio, alineando a nuestras personas con las prioridades estratégicas de la Compañía.

Automatización de procesos: Trabajamos de manera transversal en el desarrollo de nuevas técnicas de digitalización y automatización de los procesos, proporcionándonos una mayor agilidad y seguridad en las operaciones y permitiendo mejorar la experiencia tanto de nuestros empleados como de nuestros candidatos.



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 con nuestra actividad y en la del ecosistema que operamos.

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.

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, no solo en nuestros propios sistemas, sino también en toda la cadena de suministro, actuando para ello en el seno de nuestros proveedores.

A lo largo de los últimos años, en Inditex hemos innovado para obtener las **herramientas y procesos** que nos permitan identificar a todos los proveedores y fábricas que intervienen en la producción, así como

para compartir con todas las partes interesadas la información precisa y poder evaluarla adecuadamente en tiempo real, garantizando así la **toma de decisiones ágil, segura, operativa y digital**.

Asimismo, también desarrollamos innovadoras iniciativas orientadas a la mejora de las condiciones laborales y de la calidad de vida de los trabajadores de la cadena de suministro. Destacan en este sentido nuestro proyecto Lean, nuestras iniciativas de promoción de uso de herramientas de banca móvil para la digitalización de salarios o los trabajos de investigación en ciencias sociales que realizamos de la mano de reputadas instituciones académicas para ahondar en las necesidades de los trabajadores y colaborar con los proveedores en programas de mejora.



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: ecodiseño y materias primas sostenibles; desarrollo de soluciones para los residuos de corte; e, investigación en reciclaje y nuevas fibras. Nuestro objetivo de residuo cero no se limita únicamente al ámbito textil, sino que abarca también el resto de los residuos generados como consecuencia del embalaje y transporte, así como de la actividad en nuestras tiendas, centros logísticos y sedes.

 Más información en el apartado 3.7. *Circularidad*, del presente Estado de Información No Financiera.

“Somos pioneros en desarrollar sistemas de gestión y control de consumos energéticos para nuestras tiendas, que nos permiten conocer en tiempo real y de manera centralizada el consumo.”

- 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 son dos de nuestras prioridades más esenciales. 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, con el fin de garantizar 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.

 Más información sobre productos seguros en el apartado 4.2.4. *Salud y seguridad de nuestros productos* del presente Estado de Información No Financiera.

- Descarbonización: Adicionalmente al enfoque innovador de los sistemas de producción textil, aplicamos soluciones innovadoras para garantizar que todas las complejas operativas que consiguen poner nuestros artículos a disposición de nuestros clientes se realizan bajo las premisas de uso eficiente de los recursos y descarbonización. 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 (*Inergy* y *Ecocenter*) 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 sobre descarbonización en el apartado 4.1.2. *Nuestro enfoque sobre descarbonización y gestión de la energía* del presente Estado de Información No Financiera.



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.

En el contexto actual, hemos puesto el foco de nuestra experiencia en innovación social en la colaboración para la fabricación y distribución de material sanitario, poniendo a disposición de la comunidad nuestra capacidad logística, de aprovisionamiento y nuestra experiencia en la gestión comercial.



“ Mayoría femenina, diversidad generacional, importancia de la tienda, presencia internacional y carácter horizontal son los rasgos que definen a nuestras personas.

3.2. Diversidad, inclusión, igualdad y conciliación

3.2.1. Cómo somos

A cierre del ejercicio 2020, Inditex está formado por un equipo humano de **144.116 personas**, repartidas en 60 mercados y que representan 171 nacionalidades distintas (176.611 personas, 60 mercados y 172 nacionalidades en 2019, y 174.386 personas, 60 mercados y 154 nacionalidades en 2018, respectivamente).

Cinco rasgos caracterizan a nuestra plantilla:

- **Mayoría femenina**
- **Diversidad generacional**
- **Importancia de la tienda**
- **Presencia internacional**
- **Carácter horizontal**

Inditex es una Compañía con una **presencia mayoritaria de mujeres**, si bien la proporción respecto a hombres se ha moderado progresivamente en la última década. Así, el 76% de nuestros empleados son mujeres, frente al 24% de hombres.

 Más información sobre la distribución de la plantilla por género en las páginas 84 y 85 del presente Estado de Información No Financiera.

En segundo lugar, la plantilla de Inditex se define por **su diversidad generacional**. En nuestros equipos conviven actualmente distintas generaciones de empleados, destacando en número los colectivos más jóvenes. La edad media es de 30,1 años (28,9 años en 2019 y 28,7 años en 2018).

 Más información sobre la distribución de la plantilla por edad en las páginas 84 y 85 del presente Estado de Información No Financiera.

En tercer lugar, **la tienda ocupa un lugar predominante en la organización de Inditex**. Así, el 86% de nuestros empleados trabaja en tienda. El resto de áreas de actividad del Grupo (fábricas, logística y servicios centrales) trabaja para dar servicio a la plataforma integrada de tienda y *online* de nuestras ocho marcas, compuesta por una red de 6.829 tiendas en 96 mercados y de 202 mercados con tienda *online*.

 Más información sobre la distribución de la plantilla por actividad en las páginas 84 y 85 del presente Estado de Información No Financiera.

En cuarto lugar, la plantilla de Inditex se caracteriza **por su presencia internacional**. Esta circunstancia enriquece la gestión de nuestras personas, ya que permite atender la realidad local de cada mercado y aplicar políticas globales de gestión. España, con 40.279 empleados, representa el 28% del total de la plantilla.

 Más información sobre la distribución de la plantilla por área geográfica en las páginas 84 y 85 del presente Estado de Información No Financiera.

En quinto lugar, Inditex es **una organización de mercado carácter horizontal**, de tal manera que se favorece la comunicación abierta y continua, así como el trabajo colaborativo. Concebimos las clasificaciones profesionales con amplitud y en todas ellas tienen especial relevancia los empleados de tienda.

 Más información sobre la distribución de la plantilla por clasificación profesional y por área de actividad en las páginas 84 y 85 del presente Estado de Información No Financiera.

Nuestras personas en 2020

144.116 personas



76%
mujeres

24%
hombres

14%
más de 40 años

32%
de 30 a 40 años

54%
menos de 30 años

171
nacionalidades

| | 2020 | | 2019 | | 2018 | |
|-----------------------------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
| | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % |
| DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO | | | | | | |
| MUJER | 109.323 | 76% | 133.465 | 76% | 131.385 | 75% |
| HOMBRE | 34.793 | 24% | 43.146 | 24% | 43.001 | 25% |
| TOTAL | 144.116 | 100% | 176.611 | 100% | 174.386 | 100% |
| DISTRIBUCIÓN POR EDAD | | | | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 77.597 | 54% | 107.042 | 61% | 107.639 | 62% |
| DE 30 A 40 AÑOS | 45.792 | 32% | 49.336 | 28% | 48.709 | 28% |
| MÁS DE 40 AÑOS | 20.727 | 14% | 20.233 | 11% | 18.038 | 10% |
| TOTAL | 144.116 | 100% | 176.611 | 100% | 174.386 | 100% |
| DISTRIBUCIÓN POR ACTIVIDAD | | | | | | |
| TIENDA | 123.660 | 86% | 154.465 | 87% | 152.057 | 87% |
| SERVICIOS CENTRALES | 10.844 | 7% | 11.386 | 6% | 11.547 | 7% |
| LOGÍSTICA | 8.862 | 6% | 9.932 | 6% | 9.929 | 5% |
| FÁBRICAS | 750 | 1% | 828 | 1% | 853 | 1% |
| TOTAL | 144.116 | 100% | 176.611 | 100% | 174.386 | 100% |

| | 2020 | | 2019 | | 2018 | |
|--|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
| | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % | PLANTILLA | % |
| ÁREA GEOGRÁFICA | | | | | | |
| AMÉRICA | 16.788 | 12% | 19.749 | 11% | 20.785 | 12% |
| ASIA Y RESTO DEL MUNDO | 17.215 | 12% | 23.541 | 13% | 23.452 | 13% |
| ESPAÑA | 40.279 | 28% | 48.687 | 28% | 47.930 | 28% |
| RESTO DE EUROPA | 69.834 | 48% | 84.634 | 48% | 82.219 | 47% |
| TOTAL | 144.116 | 100% | 176.611 | 100% | 174.386 | 100% |
| DISTRIBUCIÓN POR CLASIFICACIÓN ⁽¹⁾ | | | | | | |
| DIRECCIÓN | 12.591 | 9% | 10.473 | 6% | 7.601 | 4% |
| RESPONSABLE | 16.480 | 11% | 19.779 | 11% | 20.350 | 12% |
| ESPECIALISTA | 115.045 | 80% | 146.359 | 83% | 146.435 | 84% |
| TOTAL | 144.116 | 100% | 176.611 | 100% | 174.386 | 100% |

(1) La descripción de las funciones de los tres grupos de clasificación profesional es:

Dirección: empleados en posiciones de dirección con responsabilidad sobre grupos de trabajo interdisciplinares, relacionados con las áreas de diseño, fabricación, distribución, logística, tiendas, tecnología, sostenibilidad y resto de servicios generales. Se incluye a los directores de tienda en esta categoría.

Responsable: empleados que forman parte de grupos de trabajo interdepartamentales y transversales a las actividades de diseño, logística y tiendas, así como de sostenibilidad, tecnología y resto de servicios generales.

Especialista: empleados con impacto por contribución individual, relacionados con una de las actividades del Grupo en las áreas de diseño, fabricación, distribución, logística, tiendas, sostenibilidad, tecnología y resto de servicios generales.

EUROPA (SIN ESPAÑA)

| MERCADO | 2020 | 2019 | 2018 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|
| ALBANIA | 221 | 243 | 263 |
| ALEMANIA | 4.753 | 5.531 | 5.874 |
| AUSTRIA | 1.253 | 1.455 | 1.477 |
| BÉLGICA | 2.562 | 2.945 | 2.818 |
| BIELORRUSIA | 278 | 290 | 298 |
| BOSNIA-HERZEGOVINA | 314 | 424 | 360 |
| BULGARIA | 600 | 716 | 733 |
| CROACIA | 923 | 1.160 | 1.078 |
| DINAMARCA | 292 | 329 | 335 |
| ESLOVAQUIA | 305 | 359 | 302 |
| ESLOVENIA | 235 | 276 | 267 |
| FINLANDIA | 249 | 260 | 269 |
| FRANCIA | 8.729 | 10.030 | 9.414 |
| GRECIA | 3.639 | 4.278 | 4.014 |
| HUNGRÍA | 818 | 1.126 | 1.067 |
| IRLANDA | 743 | 854 | 882 |
| ITALIA | 6.890 | 8.626 | 8.600 |
| KOSOVO | 215 | 211 | 157 |
| LUXEMBURGO | 300 | 318 | 179 |
| MACEDONIA DEL NORTE | 132 | 154 | 155 |
| MÓNACO | 39 | 39 | 36 |
| MONTENEGRO | 99 | 128 | 123 |
| NORUEGA | 363 | 386 | 383 |
| PAÍSES BAJOS | 2.536 | 3.018 | 2.856 |
| POLONIA | 4.040 | 4.679 | 4.617 |
| PORTUGAL | 5.050 | 7.247 | 7.001 |
| REINO UNIDO | 4.398 | 5.429 | 5.486 |
| REPÚBLICA CHECA | 505 | 700 | 643 |
| RUMANÍA | 2.238 | 3.027 | 2.864 |
| RUSIA | 9.119 | 10.696 | 10.365 |
| SERBIA | 656 | 736 | 742 |
| SUECIA | 736 | 844 | 833 |
| SUIZA | 1.478 | 1.564 | 1.506 |
| TURQUÍA | 3.956 | 5.166 | 4.896 |
| UCRANIA | 1.170 | 1.390 | 1.326 |
| TOTAL | 69.834 | 84.634 | 82.219 |

ASIA Y RESTO DEL MUNDO

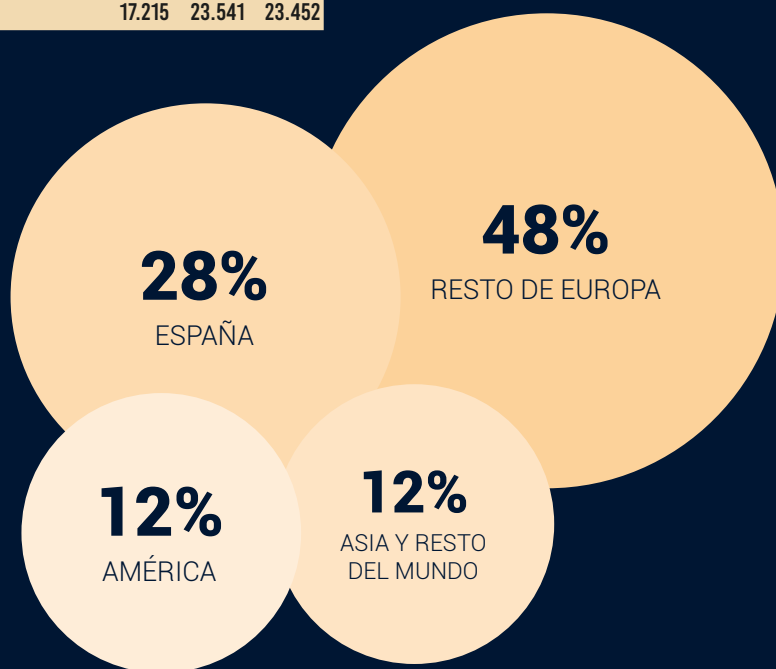
| MERCADO | 2020 | 2019 | 2018 |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|
| AUSTRALIA | 1.501 | 1.636 | 1.504 |
| BANGLADÉS | 62 | 59 | 57 |
| CAMBOYA | 4 | 6 | 4 |
| CHINA CONTINENTAL | 7.113 | 11.169 | 11.680 |
| COREA DEL SUR | 1.269 | 1.673 | 1.514 |
| HONG KONG SAR | 558 | 1.020 | 1.252 |
| INDIA | 1.173 | 1.294 | 1.227 |
| JAPÓN | 3.488 | 4.314 | 3.979 |
| KAZAJISTÁN | 746 | 779 | 723 |
| MACAO SAR | 105 | 170 | 181 |
| MARRUECOS | 34 | 26 | 16 |
| NUEVA ZELANDA | 119 | 115 | 99 |
| PAKISTÁN | 2 | 2 | 2 |
| SINGAPUR | 4 | 4 | 4 |
| SUDÁFRICA | 524 | 633 | 548 |
| TAIWÁN, CHINA | 498 | 626 | 649 |
| VIETNAM | 15 | 15 | 13 |
| TOTAL | 17.215 | 23.541 | 23.452 |

AMERICA

| MERCADO | 2020 | 2019 | 2018 |
|----------------|---------------|---------------|---------------|
| ARGENTINA | 848 | 872 | 885 |
| BRASIL | 2.418 | 2.849 | 2.810 |
| CANADÁ | 2.077 | 2.595 | 2.466 |
| CHILE | 726 | 871 | 878 |
| ESTADOS UNIDOS | 5.080 | 6.310 | 6.267 |
| MÉXICO | 5.334 | 5.897 | 7.137 |
| URUGUAY | 305 | 355 | 342 |
| TOTAL | 16.788 | 19.749 | 20.785 |

ESPAÑA

| MERCADO | 2020 | 2019 | 2018 |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| ESPAÑA | 40.279 | 48.687 | 47.930 |
| ESPAÑA-PLANTILLA INDEFINIDOS | 36.627 | 36.632 | 35.745 |



40.279
ESPAÑA



69.834
EUROPA SIN ESPAÑA



16.788
AMÉRICA



17.215
ASIA Y RESTO DEL MUNDO

3.2.2. Política de diversidad e Inclusión

Una de las mayores fortalezas de Inditex es nuestro compromiso con la **diversidad y la multiculturalidad**. Nuestro objetivo es construir equipos diversos cuyos miembros aporten sus perspectivas y experiencias únicas y promuevan una cultura empresarial inclusiva. De este modo, nuestros equipos los integran personas de diferentes perfiles, culturas, orígenes y experiencias, donde tienen cabida factores de diversidad como: género, identidad y expresión de género, orientación sexual, raza, etnia, edad, educación, situación socioeconómica, discapacidad o religión, entre otras.

Reconocemos que las personas son únicas en virtud de sus diferencias y similitudes, y creemos firmemente que disponer de talento diverso nos permite entender y conocer mejor la diversidad de nuestros propios clientes y de las comunidades con las que nos relacionamos.

Nuestro Grupo aboga también por una cultura de **inclusión, igualdad y respeto**. Favorecemos entornos de trabajo equitativos en un ambiente de entendimiento y aceptación, donde cada persona pueda lograr sus objetivos y desarrollar su talento. Asimismo, mantenemos una política de tolerancia cero frente a todo tipo de discriminación.

Consciente de que un entorno laboral diverso e inclusivo contribuye de forma esencial a la consecución de los objetivos corporativos de Inditex y a un mejor desempeño empresarial, el Consejo de Administración aprobó en 2017 la Política de Diversidad e Inclusión de Inditex, que establece el marco que promueve los valores de diversidad, multiculturalidad, aceptación e integración en todas las entidades del Grupo y que está respaldada por la Alta Dirección.

En este sentido, nuestras personas son responsables de **promover espacios laborales diversos e inclusivos, donde se fomente la igualdad de oportunidades, así como la colaboración y la comunicación respetuosa** entre personas, tanto interna como externamente.

En virtud del respaldo que la diversidad e inclusión tienen al más alto nivel en Inditex, en diciembre de 2020 el Consejo de Administración actualizó la Política de Diversidad e Inclusión. De este modo, se velará por garantizar la inexistencia de cualquier tipo de discriminación, particularmente por razón de género, en el nombramiento de miembros del Consejo o de la Alta Dirección de la Compañía. También se adoptarán medidas para fomentar la diversidad.

La implementación de la Política de Diversidad e Inclusión sólo es posible con el compromiso de todas las personas que forman parte del Grupo Inditex. Todas las áreas, departamentos y filiales del Grupo son responsables de la correcta implementación de la Política y de aplicar, particularmente, los principios descritos en la misma.

Los equipos responsables de Diversidad e Inclusión, así como los responsables de Recursos Humanos de cada centro de trabajo canalizan cualquier consulta relativa a la Política de Diversidad e Inclusión. Además, en Inditex contamos con un Comité de Ética y un Canal Ético que garantiza el cumplimiento de la Política de Diversidad e Inclusión, al tiempo que recibe y atiende comentarios, dudas o quejas realizadas de buena fe, relativas a su interpretación, aplicación o cumplimiento.

 Más información sobre *Comité de Ética y el Canal Ético* en el apartado 2.6.2 Sistema de *Compliance* y prevención de riesgos penales, subapartado c) del presente Estado de Información no Financiera.

La Política de Diversidad e Inclusión deriva del Código de Conducta y Prácticas Responsables de la Compañía, cuyos fundamentos son, entre otros, el respeto, la aceptación y la igualdad. Y se ajusta, a su vez, a la Política de *Compliance* y a la Política de Derechos Humanos del Grupo.

Inditex fomenta de modo activo la aplicación de esta Política a todas las personas físicas y/o jurídicas vinculadas con la empresa por una relación distinta de la laboral: clientes, proveedores, contratistas y trabajadores de la cadena de suministro, así como a las personas que participan en nuestros procesos de selección.

Dentro del equipo de Recursos Humanos, el departamento de Igualdad, Diversidad e Inclusión es el encargado de impulsar todas las iniciativas y programas formativos en materia de diversidad e inclusión en el Grupo y vela por que la Política de Diversidad e Inclusión sirva de guía en todas las actuaciones de la Compañía, particularmente en materia de recursos humanos: contratación y selección de candidatos, remuneración y beneficios, promociones, traslados, desarrollo profesional y formación, descensos de categoría, despidos y otras medidas disciplinarias, entre otras. Al objeto de contribuir a la estrategia de Diversidad e Inclusión de la Compañía, se podrán crear las oportunas estructuras de gobierno corporativo.

3.2.3. Iniciativas Globales para Promover la Diversidad e Inclusión

En 2020, nuestras filiales en Italia, Países Bajos y Suecia se han sumado al *Charter* de la Diversidad y se unen así a otras filiales en Europa como Francia, Alemania, Croacia, Rumania y Eslovenia, que lo firmaron en 2019. Se trata de una iniciativa de la Comisión Europea, en virtud de la cual, las empresas que lo suscriben se comprometen a fomentar los principios fundamentales de igualdad y no discriminación y a promover la diversidad e inclusión dentro de los centros de trabajo. A lo largo de 2021 está previsto que se adhieran otras filiales europeas de Inditex a esta iniciativa.

Desde el 2019 estamos adheridos en Estados Unidos al compromiso **Open to All, que engloba a más de 50 empresas de moda de todo el mundo**. Se trata de una campaña para concienciar y visibilizar la importancia de proteger a las personas de la discriminación cuando están en los espacios públicos del retail.

Asimismo, desde el 2018 venimos nombrando a diferentes empleados como embajadores de la diversidad e inclusión. Estas figuras, denominadas *Champions de Diversidad*, son reconocidos por fomentar valores de igualdad y respeto en las distintas filiales de Europa y en las tiendas de Estados Unidos. Hasta la fecha, unos 120 *Champions* han sido nominados en estos países.

A nivel interno, el 21 de mayo de 2020 celebramos por primera vez el **Día Internacional de la Diversidad Cultural para el Diálogo y el Desarrollo**. Se trata de un día designado por la ONU para concienciar sobre la importancia del diálogo intercultural, la diversidad y la inclusión, y para combatir los estereotipos y lograr que nos comprometamos y apoyemos la diversidad con gestos reales en nuestro día a día. Para ello se puso en marcha una campaña en INet, nuestra *app* corporativa para empleados, y se realizaron acciones de comunicación y sensibilización en las reuniones de *buenos días* de nuestras tiendas en más de 30 mercados.

Nuestros **esfuerzos globales para promover los valores de diversidad, equidad e inclusión** se han visto reconocidos en 2020 con el 5º puesto en el ranking *Top 100 Diversity and Inclusion Companies* de Refinitiv, un índice que estudia los datos publicados de más de 9.000 empresas en todo el mundo, analizando 24 métricas en cuatro pilares: *Diversity, Inclusion, People Development* y *News & Controversies*. Asimismo, en 2020 Inditex ha sido incluida en el ranking *Diversity Leaders* de *The Financial Times*, que engloba a las 850 empresas líderes en el ámbito de la diversidad e inclusión en 16 países, elegidas entre más de 15.000 compañías de toda Europa.

 Más información en el apartado 5.4. Reconocimientos a Inditex del presente Estado de Información no Financiera.

3.2.4. Igualdad de Género

La igualdad de género y el empoderamiento femenino son parte esencial de nuestra cultura corporativa. Con un 76% de mujeres en el Grupo, fomentamos entornos de trabajo más diversos e inclusivos, donde las mujeres se sientan impulsadas en su desarrollo profesional.

Nuestras acciones se dirigen, por una parte, a que **toda la plantilla desarrolle su potencial profesional**, así como a eliminar cualquier práctica discriminatoria que prive a las mujeres de nuestros equipos de las mismas oportunidades de desarrollo profesional que los hombres.

Garantizamos un acceso equitativo a las oportunidades de desarrollo laboral, promovemos la formación continua y trabajamos para crear espacios seguros donde no tengan cabida situaciones de acoso o violencia contra las mujeres que atenten contra el bienestar laboral. Además, fomentamos la paridad salarial.

 Más información en el apartado 3.4.1. Brecha salarial del presente Estado de Información no Financiera.

Cultivar el talento femenino nos ha permitido continuar avanzando firmemente en el liderazgo de las mujeres dentro de nuestra Organización. De hecho, en 2020 el 81% de los puestos directivos en la Compañía están ocupados por mujeres (79% en 2019) y, **en los últimos cinco años, también se ha mejorado notablemente la representación femenina en el Consejo de Administración** (+14 puntos porcentuales desde 2016, hasta un 36% en 2020), así como en la Dirección de Filiales (+14 puntos porcentuales) y en el Comité Ejecutivo (+5 puntos).

Este compromiso ha hecho posible que, en enero de 2021, Inditex haya sido incluida por segundo año consecutivo en el **Índice de Igualdad de Género de Bloomberg**. Este índice incluye las compañías más comprometidas con la igualdad de género a través de sus políticas y la transparencia en la divulgación de sus programas y datos relacionados con el género. También este año, Inditex ha sido reconocida por **World Benchmarking Alliance** como una de las empresas más sólidas dentro de su índice anual *Gender Equality*.

En España, los **planes de igualdad** de las distintas sociedades de Inditex, así como las que lo están negociando en la actualidad, recogen medidas que conciernen a diferentes ámbitos de las relaciones laborales tales como la selección, la contratación, la promoción, la formación, la salud laboral, la retribución y la conciliación de la vida familiar y laboral. Estas medidas están pensadas para evitar situaciones de desigualdad desde la perspectiva de género y para favorecer la igualdad de oportunidades.

Las comisiones de seguimiento de dichos planes se reúnen semestralmente para constatar el cumplimiento y efectividad de las medidas. Asimismo, existen, en cada uno de estos planes, protocolos de actuación contra el acoso sexual y/o por razón de sexo, que han sido negociados en el seno de estos planes. Por otra parte, desde 2019 disponemos de una guía de lenguaje inclusivo que ayuda a nuestros equipos a promover una comunicación más igualitaria en los centros de trabajo.

Por otro lado, continuamos desarrollando planes de trabajo y sistemas de seguimiento y evaluación para fomentar la igualdad de género y el empoderamiento femenino en nuestras filiales. **En 2020, Francia, Italia y Suecia han obtenido la certificación GEEIS (Gender Equality European and International Standard)**, que reconoce a aquellas compañías que promueven la igualdad entre hombres y mujeres en el trabajo, y ayuda a definir las oportunidades

de mejora en los centros de trabajo. Se unen así a Bélgica y al grupo global corporativo, que obtuvieron la certificación en 2018. A lo largo de 2021 se seguirán adhiriendo otras filiales de Inditex a esta certificación.

Women in Tech: ciencia y tecnología en clave inclusiva

Dentro del ámbito del desarrollo del talento, en 2020 se ha creado en Inditex la iniciativa *Women in Tech*, que aspira a impulsar un mundo tecnológico inclusivo que fomente el **protagonismo de la mujer en la innovación y en la ciencia**. Creemos que la tecnología mejora las oportunidades laborales y favorece que millones de niñas y mujeres se interesen por este sector, por lo que *Women in Tech* busca tener un impacto tanto en el ámbito profesional como en el académico a través de **actividades de divulgación, de desarrollo de habilidades y liderazgo**, así como encuentros profesionales con mujeres de referencia en su ámbito profesional.

Por otra parte, en Inditex tenemos un firme compromiso contra la violencia de género. Cada año, impulsamos campañas divulgativas y de sensibilización en todos nuestros centros de trabajo con motivo del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer (25 de noviembre). Para trabajar por ese objetivo, en 2013, el Grupo y el entonces Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad firmamos el convenio de colaboración para promover la sensibilización y la inserción laboral de las víctimas. En este ámbito, el Proyecto Salta, cuya finalidad es la incorporación al trabajo de jóvenes en situación de vulnerabilidad, también genera oportunidades de empleo para víctimas de violencia de género. Salta está presente en España, Francia, Italia, Grecia, Alemania, Reino Unido, Polonia, Portugal, México, Brasil, Estados Unidos, Corea del Sur y Turquía.

3.2.5. Inclusión de las Personas con Discapacidad

En Inditex estamos comprometidos con el cumplimiento de los principios de accesibilidad universal, particularmente para nuestros empleados y clientes con algún tipo de discapacidad.

Tenemos como prioridad que todos **nuestros centros de trabajo** se ajusten a los **requerimientos funcionales y**

dimensionales que garanticen una utilización autónoma para personas con discapacidad o con algún problema de movilidad. Al mismo tiempo, tenemos el compromiso de realizar las adaptaciones técnicas en aquellos centros de trabajo cuyas características requieran de modificaciones específicas tanto de movilidad como de otro tipo de limitaciones sensoriales, visuales o auditivas.

También estamos **fuertemente comprometidos en materia de empleabilidad de personas con discapacidad**.

A cierre del ejercicio 2020, de acuerdo con los datos registrados con los que cuenta el Grupo, en Inditex empleamos de forma directa a 1.325 personas con discapacidad y además hemos implementado medidas alternativas que equivalen a 91 trabajadores (1.568 personas con discapacidad y medidas alternativas equivalentes a 180 trabajadores en 2019, y 1.498 y 186 en 2018, respectivamente). En este sentido, la heterogeneidad de las legislaciones de los mercados donde nuestra Compañía está presente implica que no siempre sea posible hablar de normas comparables con la española, ya sea por la ausencia de cuotas mínimas en la contratación o bien por motivo de un estricto respeto a la intimidad de las personas, al prevalecer el derecho a no revelar su discapacidad. Ello determina que, en algunos casos, no dispongamos de datos registrados sobre esta materia.

Impact Week, entornos inclusivos para empleados y clientes

La inclusión de la discapacidad es un pilar de nuestra estrategia de diversidad e inclusión. Por este motivo, más de 4.000 tiendas en más de 40 filiales de Inditex han llevado a cabo conjuntamente, entre noviembre y diciembre de 2020, el Proyecto *Impact Week*, con el objetivo de **fomentar entornos inclusivos para nuestros equipos y para nuestros clientes con discapacidad**. Para celebrar esta semana de la discapacidad, los distintos equipos han desarrollado iniciativas en distintas áreas de trabajo, como el servicio al cliente inclusivo, la comunicación sin barreras, la accesibilidad o el reclutamiento de personas con discapacidad. Un proyecto que tiene por objetivo colaborar en que las personas que cada día afrontan barreras tengan una vida más integrada en nuestra sociedad.

Otro ejemplo de iniciativa dirigida a la integración sociolaboral de personas con discapacidad lo constituye el proyecto *for&from*, que consiste en la creación de una red de franquicias sociales de nuestras diferentes cadenas, gestionadas por entidades sin fines lucrativos y atendidas por personas con discapacidad. El proyecto *for&from*

cuenta actualmente con 15 tiendas que generan más de 200 puestos de trabajo para personas con distintas tipologías de discapacidad. Los beneficios de las tiendas *for&from* revierten íntegramente en proyectos sociales desarrollados por las organizaciones colaboradoras.

 Más información sobre Proyecto *for&from* en el apartado 5.2. *Inversión en la comunidad* del presente Estado de Información No Financiera.

3.2.6. Inclusión LGBT+

Con el objetivo de hacer frente a la discriminación contra las personas del colectivo LGBT+ en el ámbito laboral, en 2018 suscribimos los *Principios de Conducta Empresarial para la Inclusión LGBT+*, promovidos por la ONU. Estos principios, elaborados junto con el *Institute for Human Rights and Business*, se fundamentan en los *Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos* e incorporan las aportaciones de centenares de empresas de diversos sectores.

En el ámbito internacional, somos miembros desde 2016 de la coalición **Open for Business**, que reúne a compañías globales de referencia que abogan por la inclusión y los derechos del Colectivo LGBT+. Desde esta plataforma se trabaja para demostrar que las sociedades más inclusivas son mejores para los negocios y que las empresas que promueven la inclusión del colectivo LGBT+ son más dinámicas, productivas e innovadoras.

En España, Inditex se adhirió en 2018 a **REDI, Red Empresarial de Diversidad e Inclusión LGBT+**, que promueve un ambiente inclusivo en las organizaciones y fomenta la erradicación de estereotipos y que se valore el talento de sus empleados al margen de su identidad de género, expresión de género y orientación sexual.

En 2020, numerosas filiales de Inditex en Europa y Norteamérica celebraron en los meses de junio y julio el Orgullo LGTB+. Asimismo, entre 2019 y 2020 hemos colaborado con *Stonewall Community Foundation* en la financiación de dos proyectos de ayuda al colectivo

transgénero en Estados Unidos. También durante el ejercicio, la filial de Estados Unidos ha puesto en marcha un programa de inclusión laboral para personas transgénero y no binarias, y ha desarrollado una formación para todos los empleados que se implementará entre 2020 y 2021.

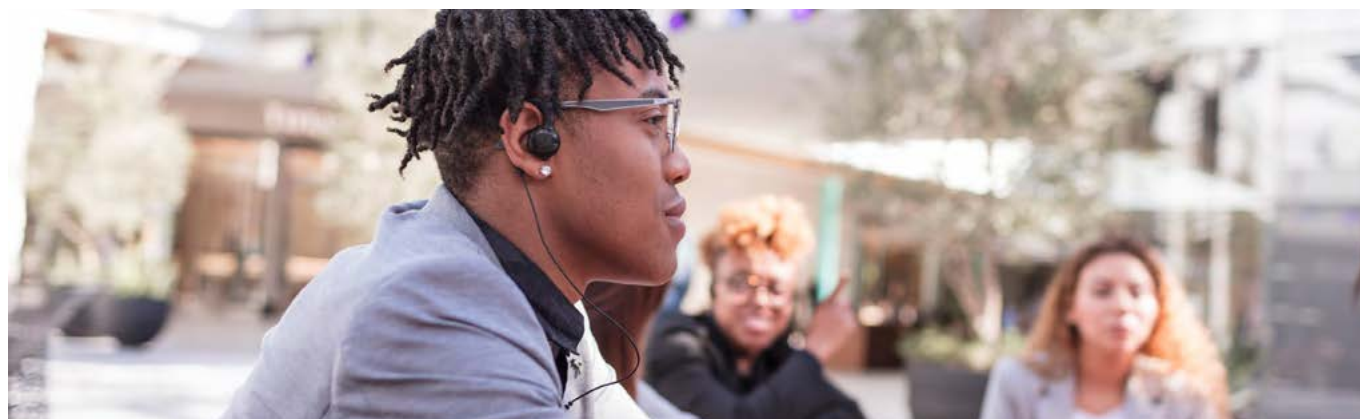
3.2.7. Contra cualquier tipo de racismo y discriminación

Como empresa que cree firmemente en la igualdad de todas las personas, en junio de 2020 y en el marco de los acontecimientos del movimiento *Black Lives Matter*, nuestro presidente ejecutivo, Pablo Isla, hizo público a través de una carta el **compromiso de Inditex contra el racismo en todas sus formas y en cualquier parte del mundo**. Como compañía global y parte de la comunidad de la moda, nuestros valores se asientan en la diversidad, la igualdad y en el respeto por los Derechos Humanos.

Estamos comprometidos para trabajar por un futuro mejor con medidas reales y significativas que mejoren nuestra forma trabajar, relacionarnos y servir a nuestros clientes. También reconocemos que **la educación es un componente clave de cualquier cambio a largo plazo**. Con este fin, nos hemos comprometido a aumentar los programas educativos contra el racismo y la discriminación.

En este contexto, en 2020 hemos realizado una **donación económica a NAACP Legal Defense Fund**, una organización en Estados Unidos que lucha activamente contra el racismo, la discriminación y la injusticia, particularmente dentro de las comunidades afroamericanas.

A nivel europeo, desde 2018, Inditex forma parte de las compañías que colaboran con ENAR, organización paraguas con sede en Bruselas que cuenta con una red de 150 miembros en los 27 países de la Unión Europea que trabajan para combatir todas las formas de discriminación y racismo.



3.2.8. Conciliación de la vida personal y profesional

Desde Inditex potenciamos **medidas para facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral**, haciendo especial incidencia en la **corresponsabilidad**. Los planes de igualdad que se negocian dentro del Grupo funcionan como instrumentos adecuados que establecen medidas dirigidas a facilitar la consecución de este objetivo: contemplar la corresponsabilidad como un derecho y un deber.

Durante el ejercicio 2020, y al igual que en ejercicios anteriores, el 100% de nuestros empleados en España tenían derecho a permiso parental (29.768 mujeres y 10.511 hombres). Más de 2.200 personas (2.353 en 2019) disfrutaron de la baja de maternidad y paternidad (1.726 mujeres y 478 hombres; 1.902 mujeres y 451 hombres en 2019), reincorporándose a su puesto de trabajo la práctica totalidad: 2.195 personas (1.721 mujeres y 474 hombres; 2.319 personas, 1.892 mujeres y 427 hombres respectivamente en 2019). Por tanto, la tasa de regreso al trabajo es del 99,6% (99,7% para mujeres y 99,2% para hombres; 98,6% en global, 99,5% para mujeres y 94,7% para hombres, respectivamente, en el ejercicio 2019). El número de personas que siguen trabajando en el Grupo 12 meses más tarde de haber regresado de su permiso de maternidad/paternidad es de 2.287 -1.842 mujeres y 445 hombres- (2.034 personas - 1.640 mujeres y 394 hombres - en 2019), siendo la tasa de retención global del 97,2% (96,8% para mujeres y 98,7% para hombres; 93,9% global, 93,2% para las mujeres y 97,0% para los hombres respectivamente en 2019). Además, un 18% de los empleados en España disfrutaron de una reducción de jornada por cuidado de menores (16% de empleados tanto en 2019 como en 2018).

Al margen de la mentada corresponsabilidad, los planes de igualdad contienen otras medidas de conciliación de la vida personal y profesional, como la posibilidad de fraccionar los permisos por hospitalización o enfermedad de familiares hasta el segundo grado.

En el **ámbito internacional**, el Grupo Inditex trabaja para **mejorar los derechos garantizados por la legislación local** de cada país por medio de políticas conciliadoras. En función de sus características, los mercados adoptan medidas que ponen el foco en la calidad de vida, en el desarrollo del talento, en la mejora de la creatividad y el compromiso, así como en la motivación profesional de los empleados.

En el contexto generado por la covid-19, la incorporación al trabajo fue gradual y teniendo en cuenta la conciliación familiar. Tanto en los mercados donde existían herramientas legales para proteger el empleo como en los que no, se aprobaron medidas para combinar la protección de los colectivos más sensibles con las necesidades de conciliación y con las necesidades, a su vez, de cada filial.

Políticas de desconexión laboral

Con la aprobación de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, Inditex adquiere el compromiso de **promover una política interna que garantice el derecho a la desconexión laboral en el ámbito digital**. Sin perjuicio del compromiso adquirido a nivel corporativo, la negociación social ha dado lugar también a otras medidas en esta materia que recogen los últimos Planes de Igualdad de las cadenas (el II Plan de Igualdad de Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho y Pull&Bear).

También se vienen incentivando estas políticas en países como Francia, pionera en esta materia, donde se aboga por la desconexión digital para mejorar la conciliación de la vida profesional y familiar. Para ello, se anima a los empleados a que adopten hábitos como el del respeto al descanso entre jornadas laborales y durante el periodo vacacional, así como a favorecer el trato directo entre compañeros como uno de los valores corporativos de Inditex.

3.3. Gestión del talento



ASUNTOS
MATERIALES
RELACIONADOS

GESTIÓN DEL
TALENTO



El talento es el valor fundamental para que Inditex traslade su pasión por la moda responsable a los clientes. Somos una organización de personas cuyo talento creativo está al servicio de nuestros clientes y con un espíritu emprendedor, audaz e inconformista que sitúa el **esfuerzo colectivo y solidario** por encima de cualquier individualidad.

Desde el punto de vista de la gestión de talento, nuestra misión abarca cuatro objetivos principales:

1. Ser capaces de **atraer el mejor talento** para trabajar con nosotros, desde la tienda y centros logísticos a nuestros equipos creativos, de producto, tecnológicos o digitales.
2. Proporcionar **oportunidades de desarrollo** y crecimiento profesional, mediante la promoción interna y la movilidad.
3. Favorecer el **aprendizaje** continuo y el acompañamiento de nuestros equipos tanto en las nuevas funciones emergentes como en la transformación de lo que ya hacíamos, fundamentalmente mediante acciones de **formación**, sensibilización y comunicación.
4. Aportar un entorno de trabajo seguro, enriquecedor y motivador, con condiciones atractivas que nos ayuden a **retener el talento, conectar con nuestras personas y potenciar su compromiso**.

Los citados objetivos ponen a las personas, tanto candidatos como empleados, en el centro.

3.3.1. Atracción del talento

Durante el ejercicio 2020, hemos reforzado nuestra propuesta de valor como empleadores e impulsado la comunicación con nuestros candidatos y potenciales candidatos. **Más de 1,5 millones de personas siguen a nuestra marca empleadora, Inditex Careers, en sus perfiles de redes sociales:** LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter, y Wechat y Weibo especialmente en el mercado chino.

Además, *Inditex Careers*, nuestro portal de empleo, se consolida como nuestra principal fuente de selección. Durante el ejercicio 2020 tuvo más de 9,4 millones de visitas desde 200 mercados (6,8 millones de visitas desde más de 190 mercados en 2019). En enero de 2020 este portal obtuvo la Certificación Internacional de Accesibilidad Web WCAG, con nivel de conformidad AA.

Al mismo tiempo, hemos completado la **digitalización de nuestros procesos de selección** en tienda, desde la identificación de necesidades de contratación por parte de nuestros equipos de talento hasta la firma digital del contrato en remoto para nuestros empleados.

Las entrevistas de trabajo también se han convertido en una experiencia *online* más sencilla para nuestros candidatos, y ágil y eficiente para nuestros equipos. A través de *webinars* y *team plays*, aseguramos un proceso más flexible y sostenible, que reduce significativamente el uso de papel y los desplazamientos. En este sentido, y gracias a los *webinars*, con los que funcionamos en 12 mercados, hemos reinventado la forma de estar en contacto con los candidatos, conectando con ellos de forma virtual en sesiones en las que compartimos nuestra propuesta de valor como empleadores: Inditex es más que un trabajo, una posición, unas funciones o una marca, y queremos que nuestros candidatos nos conozcan a través de las historias reales de nuestros empleados.

Conectar con el mejor talento es uno de nuestros objetivos. En los últimos años, hemos cultivado una relación fluida con universidades nacionales e internacionales en áreas creativas, de gestión y de tecnología. **En 2020, y dada la situación sanitaria, hemos querido estar más presentes que nunca apoyando a escuelas y universidades.** El Programa *Stay In Contact* nos ha conectado regularmente con este talento, a través de charlas sobre moda, sostenibilidad y tecnología que imparten nuestros empleados y en las que han participado alrededor de 1.200 alumnos. También nos hemos involucrado en la formación de los más jóvenes, participando como jurado en más de 100 proyectos fin de carrera en escuelas creativas.

Universum incluye, por sexto año consecutivo, a Inditex entre las 3 mejores empresas para trabajar en España en la categoría de Negocios y Comercio, a partir de las encuestas realizadas a universitarios.

3.3.2. Desarrollo del talento

Nuestro crecimiento y evolución están estrechamente ligados al de nuestras personas. Por este motivo, en Inditex seguimos apostando por proporcionar oportunidades de desarrollo, promoción interna y movilidad a nuestros equipos.

En un año como 2020, marcado por la situación de emergencia provocada por la pandemia, hemos apostado aún más si cabe por ofrecer oportunidades de desarrollo a nuestro talento interno. Además, **muchos empleados de tienda se han puesto a disposición de la organización para dar soporte a otras áreas**, como *online*, logística o diferentes equipos en nuestros servicios centrales.

En 2020, el **46% de las vacantes** del Grupo se han cubierto de forma interna. En total, cerca de **2.000 personas han sido promocionadas** a lo largo del ejercicio, comportándose la tasa de promoción interna de manera similar por género (un 48% en el caso de las mujeres y un 40% en el de los hombres). En nuestros equipos de oficina se han producido cerca de 400 promociones y más de 500 cambios de función, departamento, cadena o mercado. Todo esto reafirma nuestra decidida apuesta por generar oportunidades de desarrollo para nuestras personas mediante la promoción y la movilidad internas.

InTalent, nuestra plataforma de gestión de talento para empleados, desempeña un papel crucial en el fomento de la promoción interna de nuestras personas de tienda hacia puestos en las sedes de todas nuestras marcas comerciales. Más de 57.000 personas se encuentran registradas en *InTalent* en 51 mercados en todo el mundo, lo que les da visibilidad sobre oportunidades de desarrollo en la Compañía, a la vez que ayuda a nuestros equipos de talento a identificar personas con inquietudes por crecer profesionalmente.

Durante el ejercicio 2020 **hemos potenciado la promoción interna desde tienda y filiales a nuestras oficinas centrales en España para cubrir vacantes**. Hemos compartido talento interno entre todas las cadenas, cubriendo posiciones en áreas estratégicas como sostenibilidad, departamentos de venta *online*, diseño, compras o distribución. La coordinación entre todos los equipos de Recursos Humanos ha sido esencial para que 332 personas hayan cambiado sus funciones a lo largo del ejercicio.

Zara Camp, un impulso para el talento de Inditex

Otra de las acciones desarrolladas en 2020 para promover nuestro talento interno ha sido **Zara Camp**, un programa que consiste en identificar en nuestras tiendas a las personas con la motivación y el potencial, y ayudarles a crecer dotándoles de las habilidades y los conocimientos necesarios para desempeñar diferentes posiciones en la Compañía.

Para ello, hemos creado una plataforma digital con tres itinerarios de formación (creativo, negocio y tecnología) donde, a través de tutoriales, *webinars* y un programa de mentoría con nuestros profesionales, les ayudamos a impulsar sus capacidades y a prepararse para sus nuevas responsabilidades. Gracias a ello, tenemos personas que han pasado de comercial de tienda a estilista para la tienda *online*, de dependiente a investigador de tendencias en Zara Señora, o de gestor de almacén a *product owner* en nuestros equipos de tecnología.

Zara Camp se lanzó a finales de 2020 en 19 mercados de Europa. Más de 800 personas han participado en los procesos de selección y se han cubierto una treintena de posiciones en las áreas de Zara Producto, Tecnología y Servicios Centrales.

3.3.3. Formación

La cultura de Inditex es eminentemente práctica, lo que determina que la formación de los equipos sea fundamentalmente en el puesto de trabajo (formación *on-the-job*) y que nuestras políticas en esta materia estén plenamente asentadas en la formación interna. Inditex identifica y mantiene una red de formadores internos que transmiten la cultura y la operativa de la Compañía para garantizar el éxito de las nuevas incorporaciones. La formación constituye otra de las palancas clave para favorecer el crecimiento profesional de nuestras personas.

La formación y el desarrollo en entornos digitales, sumado al nuevo escenario post covid-19, adquiere una relevancia fundamental en la estrategia de gestión de personas, donde la formación continua en un contexto de cambio y digitalización es esencial.

En tienda, la formación se centra en tres tipos de contenidos: el conocimiento del producto, los procesos de tienda y la orientación al cliente. Además, se incluyen contenidos transversales como la seguridad y salud en el trabajo, la sostenibilidad, la diversidad y la inclusión, la ética y la cultura corporativa.

En cuanto a las personas con responsabilidades sobre equipos, Inditex enfoca su formación tanto a aspectos técnicos de su función como a la gestión de las personas.

El Grupo cuenta, desde 2017, con una plataforma eLearning llamada *ON Academy*, destinada a los empleados de todas las cadenas. A cierre del ejercicio 2020, esta plataforma de formación *online* está presente en 46 mercados (27 mercados en 2019 y 11 en 2018) y alcanza a una plantilla media de 138.000 personas (145.000 empleados en 2019 y 105.000 empleados en 2018).

Desde el 1 de febrero de 2020 hasta el 31 de enero de 2021 se han impartido más de 1.000.000 horas de formación con algo más 370.000 asistencias (más de 3 millones de horas y 360.000 asistentes en el ejercicio social 2019, y más de 2.700.000 horas y 146.000 asistentes durante 2018, respectivamente). La caída en horas registrada en 2020 se debe a la disminución de la formación *on-the-job* en los períodos en los que nuestras tiendas han estado cerradas, así como al menor número de formaciones de bienvenida por el descenso en la contratación externa. El porcentaje de formación virtual ha aumentado un 50% en participantes y un 67% en horas frente al ejercicio 2019.

| | 2020 | | | | 2019 | | | | 2018 | | | |
|----------------------------------|------------------|----------------|----------------|-------------------|------------------|----------------|----------------|-------------------|------------------|----------------|----------------|-------------------|
| | HORAS FORMACIÓN | PARTICIPANTES | PLANTILLA | HORAS POR PERSONA | HORAS FORMACIÓN | PARTICIPANTES | PLANTILLA | HORAS POR PERSONA | HORAS FORMACIÓN | PARTICIPANTES | PLANTILLA | HORAS POR PERSONA |
| CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | | | | | | | | | | |
| DIRECCIÓN | 126.121 | 46.054 | 12.591 | 10 | 170.913 | 26.647 | 10.473 | 16,3 | 98.282 | 9.044 | 7.601 | 12,9 |
| RESPONSABLE | 126.282 | 49.892 | 16.480 | 7,7 | 260.524 | 39.447 | 19.779 | 13,2 | 253.276 | 19.124 | 20.350 | 12,4 |
| ESPECIALISTA | 748.448 | 275.659 | 115.045 | 6,5 | 2.657.853 | 295.156 | 146.359 | 18,2 | 2.400.265 | 118.278 | 146.435 | 16,4 |
| TOTAL | 1.000.851 | 371.605 | 144.116 | 6,9 | 3.089.290 | 361.250 | 176.611 | 17,5 | 2.751.823 | 146.446 | 174.386 | 15,8 |

| | 2020 | | | | 2019 | | | | |
|---------------|-----------------|------------------|-----------------|--------------------|-----------------|------------------|-----------------|--------------------|-------------|
| | HORAS FORMACIÓN | PARTICIPANTES | PLANTILLA MEDIA | HORAS POR PERSONAL | HORAS FORMACIÓN | PARTICIPANTES | PLANTILLA MEDIA | HORAS POR PERSONAL | |
| GÉNERO | | | | | | | | | |
| HOMBRE | | 259.185 | 89.809 | 34.793 | 7,4 | 717.280 | 82.930 | 43.146 | 16,6 |
| MUJER | | 741.666 | 281.796 | 109.323 | 6,8 | 2.372.010 | 278.320 | 133.465 | 17,8 |
| TOTAL | | 1.000.851 | 371.605 | 144.116 | 6,9 | 3.089.290 | 361.250 | 176.611 | 17,5 |

| | 2020 | | 2019 | |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------------|
| | HORAS FORMACIÓN | PARTICIPANTES | HORAS FORMACIÓN | PARTICIPANTES |
| CONTENIDO | | | | |
| CORPORATIVO ("CÓMO SOMOS") | | 252.570 | 168.746 | 131.289 |
| CLIENTE | | 35.241 | 25.420 | |
| MODA Y PRODUCTO | | 124.328 | 88.236 | 102.982 |
| IDIOMAS | | 52.617 | 2.433 | 2.536 |
| PROCESOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS | | 488.963 | 55.992 | 60.701 |
| HABILIDADES Y OTROS | | 47.132 | 30.778 | 63.742 |
| TOTAL | | 1.000.851 | 371.605 | 361.250 |

| | 2020 | | 2019 | |
|------------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------------|
| | HORAS FORMACIÓN | PARTICIPANTES | HORAS FORMACIÓN | PARTICIPANTES |
| ÁREA GEOGRÁFICA | | | | |
| ESPAÑA | | 218.789 | 113.150 | 117.637 |
| EUROPA (SIN ESPAÑA) | | 565.654 | 156.289 | 163.656 |
| AMÉRICA | | 61.725 | 60.877 | 48.929 |
| ASIA Y RESTO DEL MUNDO | | 154.683 | 41.289 | 31.028 |
| TOTAL | | 1.000.851 | 371.605 | 361.250 |



PRINCIPALES INICIATIVAS DE FORMACIÓN EN 2020

DIVERSIDAD & INCLUSIÓN

Diversidad & Inclusión: Además de las acciones de sensibilización presentadas en la sección de Diversidad, Inclusión, Igualdad y Conciliación⁽¹⁾, se han desarrollado diferentes programas de formación durante el ejercicio 2020 que alcanzaron a más de 6.200 personas:

- *The Right leader @ Inditex is inclusive*. Es un taller interactivo cuyo objetivo es ayudar a nuestros equipos de dirección a construir entornos de trabajo más inclusivos, con una visión estratégica de la gestión de la diversidad. Impartido de forma presencial y limitado este año por las restricciones de la covid-19, unos 130 directivos en Europa y Estados Unidos han participado en esta formación en 2020 (más de 330 directivos en 17 mercados en 2019).
- *Promoting LGBT+ inclusion in the workplace*. Es un curso que promueve la inclusión de personas del colectivo LGBT+ en el entorno laboral. Impartido de forma virtual, y mediante eLearning, ha contado con la participación de cerca de 400 personas de Estados Unidos en su primera fase de implantación.
- Con el objetivo de fomentar entornos más respetuosos e inclusivos, se desarrollan anualmente programas de formación para sensibilizar y formar a nuestras personas en el ámbito de la prevención del acoso y la discriminación. En este sentido, por ejemplo, en la filial de Estados Unidos se implementa cada año el programa *Preventing Harassment & Discrimination For Supervisors*, que es obligatorio para todos los responsables y el equipo corporativo. En dicha filial, además, el resto de los empleados también accede a una formación *online* anual sobre este asunto de 60 minutos. En total, más de 3.500 empleados de Estados Unidos han completado estos cursos contra el acoso y la discriminación a lo largo de 2020. Otro ejemplo lo constituye nuestra filial brasileña, donde se ha impartido una formación para la prevención del acoso moral, en la que han participado 264 managers y el equipo corporativo, y donde entre septiembre y noviembre de 2020 se han llevado a cabo acciones de sensibilización en nuestras tiendas.
- A lo largo del año se han celebrado múltiples *masterclass* y charlas, como *Change The Rules, Change the World* (para combatir el racismo y las microagresiones); *Honoring Juneteenth* (para conmemorar el fin de la esclavitud en Estados Unidos); *From Diversity to Inclusion* (para explicar la importancia de la diversidad e inclusión en Inditex); o *Hackeando los Sesgos* (diseñado para el equipo de tecnología en nuestros Servicios Centrales, en el marco del proyecto Women in Tech). En total, en estas charlas han participado unas 225 personas de Estados Unidos, 300 personas en Europa y aproximadamente 450 personas en España.

SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad es un elemento clave de nuestro modelo de negocio. Por ello formamos a nuestras personas en este ámbito, con el objetivo de que dispongan de los conocimientos y capacidades necesarias para integrar la sostenibilidad en sus actividades diarias. Cabe destacar la formación que reciben nuestros equipos de compra y diseño, ya que sus decisiones y actuaciones tienen un impacto muy relevante en la sostenibilidad de nuestros artículos y cadena de suministro. En este sentido, en línea con nuestro compromiso adquirido con la *Global Fashion Agenda*, en 2020 hemos llevado a cabo formaciones sobre los Principios de la Economía Circular, alcanzando así al 100% de nuestros diseñadores y cumpliendo con nuestro compromiso⁽²⁾.

IDIOMAS: BUSUU

Busuu es una aplicación para dispositivos móviles que permite aprender hasta 12 idiomas. Disponible en varios mercados desde 2017, este año se ha extendido hasta alcanzar 60 mercados (59 mercados en 2019) en todo el mundo. Unas 50.000 personas se han registrado en la última convocatoria (más de 52.000 personas en 2019) y están mejorando sus idiomas, siendo los más estudiados el inglés y el español. Más de 6.200 personas han obtenido al menos un certificado oficial (4.900 en 2019) y en total, nuestras personas han dedicado más de 126.000 horas para mejorar sus conocimientos de idiomas en Busuu durante el ejercicio 2020.

PRODUCTO

Gracias a **eFASHION**, el programa de formación en gestión integral en el negocio de la moda, diseñado en colaboración con IED Madrid (*Istituto Europeo di Design*), más de 1.400 personas se han formado en la materia desde su lanzamiento en 2012. El programa ha contado con ediciones en España, Francia, Italia y Portugal y, en 2020, varios mercados de Asia se han sumado a la iniciativa (China Continental, Hong Kong SAR, Macao SAR, Taiwán-China, Japón, Corea del Sur e India).

EMPLEADOS DE TIENDA CON POTENCIAL: LEAP&CO

LEAP&Co es una aplicación de gestión del talento y formación en el puesto de trabajo para los equipos de tienda. En 2020 se ha acelerado su implantación en virtud del contexto y de las crecientes necesidades de digitalización, y se ha hecho accesible desde diferentes dispositivos.

A través de ella, los responsables de tienda y los equipos de zona pueden gestionar planes de desarrollo, organizar a su red de formadores especialistas por área y hacer el seguimiento de las nuevas incorporaciones. También se definen con transparencia los itinerarios posibles en las posiciones de tienda y se optimiza cada etapa de un proceso de promoción interna.

Durante el ejercicio 2020, Zara ha implantado **LEAP&Co** en todas sus tiendas de 25 mercados y en ocho mercados de forma parcial (un mercado con implantación total y 14 parcial en 2019). Además, se encuentra en fase piloto en España en Pull&Bear, Stradivarius y Zara Home. Un total de 1.800 empleados han realizado planes individualizados de formación para acceder a las posiciones abiertas (450 personas en 2019). Más de 19.000 personas han participado en el programa (más de 1.800 en 2019) y se han impartido más de 121.000 horas de formación.

CAMPUS ZARA

Posiciones de responsabilidad en tienda: **Campus Zara** es una iniciativa que nace para responder a la necesidad de formación y desarrollo de los puestos de responsabilidad de las tiendas. Las tiendas Campus se utilizan como escenario práctico en las que se imparte el programa formativo, que abarca tres tipos de contenidos (dirección, comercial y operaciones) y se dirige tanto a las nuevas promociones como para la puesta al día de conocimientos. La experiencia en Campus se estructura en 3 fases: Pre-Campus, One to One (formación práctica adaptada a cada persona), y la realización de un Trabajo Fin de Campus (TFC). Campus Zara comenzó en España y Grecia, y posteriormente se extendió a Turquía, Portugal y Polonia. Más de 1.600 personas se han formado en Campus desde sus inicios, y se han presentado un total de 182 TFCs.

PROGRAMAS DE FORMACIÓN VIRTUALES

Durante el confinamiento en varios mercados se organizaron programas de formación virtuales para acompañar a nuestras personas y contribuir a su formación:

#noparesdeaprender: En España, durante las semanas de confinamiento, diseñamos planes especiales diarios de formación *online* para todos nuestros equipos de tienda que se encontraban en casa, con contenidos de idiomas, moda y tendencias, así como cuestiones relativas al bienestar personal, sesiones de yoga o consejos saludables de nuestra plataforma InHealth. Cada día, más de 2.000 personas se conectaban al programa, gracias al cual se consumieron unas 70.000 horas de formación.

Masterclasses: Dirigidas a equipos de estructura y de zona de diferentes mercados, se organizaron clases virtuales con especialistas de diferentes áreas de la Compañía. Las formaciones alcanzaron a más de 3.800 participantes e implicaron más de 5.000 horas, con temáticas como arquitectura, diversidad e inclusión, tendencias y procesos de compra, entre otros.

(1) Más información en el apartado 3.2. *Diversidad, inclusión, igualdad y conciliación*, del presente Estado de Información No Financiera.

(2) Más información en el apartado 3.7. *Circularidad* del presente Estado de Información No Financiera.

3.3.4. Conexión con nuestras personas y compromiso

El cuarto pilar de nuestra estrategia de gestión de talento consiste en ofrecer un entorno de trabajo enriquecedor y con condiciones atractivas, que nos ayuden a **retener el talento, conectar con nuestras personas y potenciar su compromiso**.

INet, la intranet del Grupo, desempeña un papel esencial en la forma en que conectamos con nuestras personas. Presente en todos nuestros mercados con empleados en formato *app* y web, registró en 2020 más de 19 millones de accesos, y constituye nuestro principal canal de comunicación interna. Gracias a INet digitalizamos la comunicación en nuestro contexto de dispersión geográfica y de perfiles de trabajo muy diferentes, incorporamos novedades de forma continua y nos mantenemos conectados permanentemente.

En 2020 hemos creado también **InStories**, nuestra red social interna. Presente en siete mercados (Italia, Portugal, Grecia, Turquía, Polonia, Corea del Sur y Japón) y con más de 20.000 usuarios, nos ayuda a crear comunidad y a conectar a los empleados, al tiempo que proporciona un canal de comunicación para transmitir mensajes y compartir nuestros valores.

Estar cerca de nuestros equipos ha sido clave a lo largo de este año, particularmente en los momentos más duros del confinamiento. Hemos intentado gestionar el impacto emocional de la pandemia en nuestras personas, lanzando en diferentes mercados acciones enfocadas a la salud mental o habilitando líneas de atención psicológica. Estuvimos conectados permanentemente, gracias a INet, entre otros canales, para mantenerlos informados y que sintieran que Inditex los acompañaba en este momento que vivíamos todos por primera vez, tanto durante los períodos de confinamiento como de desescalada y regreso progresivo a los centros de trabajo.

En nuestras oficinas centrales pusimos en marcha **#weareconnected**, un programa con más de 20 experiencias *online* cuyo objetivo era mantener a nuestras personas activas y conectadas. **Inspiración, sostenibilidad y bienestar fueron los ejes sobre los que diseñamos el programa**, con talleres de nutrición, actividades para realizar en familia, sesiones que los monitores de nuestros gimnasios retransmitían virtualmente, charlas inspiradoras o un canal de salud con toda la información y las medidas internas que se iban implantando.

Por último, hemos seguido promoviendo **iniciativas de compromiso social con nuestras comunidades** y que cuentan con la participación activa de nuestras personas, particularmente en dos aspectos: la apuesta laboral por

colectivos con necesidades especiales o en situación de vulnerabilidad (a través el Proyecto Salta) y la puesta en marcha de proyectos sociales impulsados por los empleados (como la iniciativa *Teaming*).

Salta, el programa de inserción laboral que ha incorporado a nuestros equipos a **1.395 personas en más de 13 países** desde su primera edición en 2008, se ha consolidado como un proyecto sólido y flexible en el nuevo contexto de la pandemia de la covid-19.

En 2020 se han incorporado a nuestras tiendas un total de 23 personas en Reino Unido, Francia y Estados Unidos. Asimismo, 45 empleados han participado en Salta como organizadores, formadores y tutores voluntarios.

Por otro lado, y a consecuencia del actual contexto de pandemia, se han realizado **ediciones especiales online de Salta para 139 personas de diversas ONGs en España, México, Italia, Polonia, Portugal, Turquía y Alemania**. En estas filiales, unas 100 personas de nuestros equipos (RRHH, comerciales y directores de tienda) han impartido diferentes módulos formativos de autoestima/marca personal, elaboración de CV, búsqueda activa de empleo en redes sociales, estilismo y simulaciones de entrevistas de trabajo.

Además, esta nueva modalidad se ha reforzado con un **programa de mentoring** que asignaba un empleado de Inditex a cada participante para trabajar los contenidos de dichas sesiones formativas.

Por otra parte, **Teaming** es una iniciativa que facilita que los empleados puedan donar una cantidad fija de su nómina al mes a un proyecto social de tres propuestos y que, a su vez, Inditex doble la cantidad aportada. En su segunda edición, entre el 1 de julio de 2019 y el 30 de junio de 2020, han participado un total de 31.402 personas de 17 mercados.

La recaudación en esta segunda edición ha ascendido a 634.480 euros, que se han distribuido de acuerdo con el proyecto que han apoyado los participantes:

1. **Maternidad Segura**, impulsado por *Every Mother Counts* en India. Su principal reto es mejorar las vidas de miles de mujeres y niños mejorando su acceso a servicios de salud, alimentación y nutrición, agua potable y saneamiento en la zona de Nueva Delhi y Assam.
2. **Acceso al Agua**, proyecto de *Water.org* en Brasil. Se centra en apoyar a entidades locales que, a través de microfinanzas, ayuden a las personas a construir pozos de agua y a facilitar el acceso a saneamiento.
3. **Apoyo al Refugiado**, promovido por Médicos Sin Fronteras en Grecia. Su enfoque general es proporcionar un paquete de ayuda de primera necesidad a los migrantes refugiados que llegan a la isla de Lesbos.



La política de compensación de Inditex garantiza la no discriminación por razones de sexo, edad, cultura, religión, raza o cualquier otra circunstancia.

3.4. Política retributiva

Nuestros criterios de actuación en cuestiones retributivas buscan adaptarse, en todo momento, a cada uno de los 60 mercados y ámbitos laborales en los que operamos, siempre en el marco de la cultura y los valores del Grupo y atendiendo a la identidad propia de cada una de las marcas comerciales.

Por este motivo, **promovemos que el estándar retributivo se adapte a la realidad local de cada mercado**, fijando las retribuciones en línea con las prácticas de referencia de cada uno de esos mercados en moneda local, lo que significa que existen referencias salariales diferentes entre unos mercados y otros.

La política de compensación de Inditex garantiza la no discriminación por razones de sexo, edad, cultura, religión y raza, o cualquier otra circunstancia. A este respecto, el profesional de Inditex es remunerado en función de su valía profesional, experiencia, dedicación y la responsabilidad asumida. La retribución en Inditex se caracteriza por una componente fija y otra variable.

En concreto, la retribución fija se establece en función de la experiencia, de la contribución personal al puesto, de la coherencia con la responsabilidad dentro de la organización y del mercado. Por su parte, la **retribución variable depende en su totalidad de indicadores predefinidos, cuantificables y medibles**, todos ellos vinculados a los resultados de la Compañía. En este sentido, la percepción de la retribución variable no depende de una evaluación discrecional del desempeño individual de la persona sino exclusivamente de parámetros objetivos, garantizando así la no discriminación.

Este último punto, la retribución variable, es uno de los elementos fundamentales de la política de compensación de Inditex y se aplica a empleados de todas las áreas de actividad del Grupo.

En las tiendas, nuestro sistema de retribución variable más característico es el sistema de comisión mensual, que premia la involucración de nuestros empleados en

aspectos tan relevantes como los resultados de venta, la opinión sobre el producto y la coordinación y organización de la tienda. Se fomenta la toma de decisiones y la iniciativa a todos los niveles, y se premia proporcionalmente a la responsabilidad asumida.

Además, y en consonancia con nuestros valores de transparencia, orientación a resultados y sencillez, alineamos los objetivos del Grupo en materia de sostenibilidad con los de las personas de oficina en materia de retribución. De esta forma, **el cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad forma parte de la retribución variable de nuestros empleados de oficina**. Esto refuerza el compromiso con nuestras personas en esta materia, así como el hecho de que nuestros variables estén completamente ligados a los resultados de negocio.

3.4.1. Brecha salarial

La brecha salarial es el indicador más representativo en términos metodológicos para analizar las diferencias salariales de género. Se calcula tomando como base la mediana de los salarios en cada mercado (considerando el salario total: fijo + variable, compuesto por comisión y bonus) y se pondera con el peso de cada área de actividad del Grupo (tienda, servicios centrales, logística y fábricas). A continuación, esa mediana es ponderada a su vez con el peso de cada uno de los mercados sobre el total de los empleados de Inditex. De esta forma, se obtiene un indicador global y fiable de la diferencia salarial entre hombres y mujeres del Grupo.

Del análisis realizado en el Ejercicio 2020 se concluye, principalmente, que **existe paridad salarial entre hombres y mujeres en Inditex**. En salario total, los hombres cobran un 0,4% más que las mujeres, lo que supone una ligera variación respecto a la cifra de los ejercicios anteriores (en el ejercicio 2019, las mujeres cobraban un 0,2% más que los hombres, y en 2018,



ASUNTOS
MATERIALES
RELACIONADOS

CALIDAD DEL
EMPLEO

5

IGUALDAD
DE GÉNERO



8

TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO



un 0,8% más), que se explica por los movimientos de plantilla registrados durante el mismo.

| BRECHA SALARIAL | 2020 | 2019 | 2018 |
|-----------------|--------------|-------------|-------------|
| TOTAL | -0,4% | 0,2% | 0,8% |

A continuación, se detalla la brecha salarial por áreas geográficas:

| ÁREA GEOGRÁFICA | 2020 | 2019 | 2018 |
|------------------------|--------------|-------------|-------------|
| ESPAÑA | -0,8% | 0,5% | 1,0% |
| EUROPA SIN ESPAÑA | -0,7% | -0,6% | 0,2% |
| AMÉRICA | 2,6% | 3,6% | 0,3% |
| ASIA Y RESTO DEL MUNDO | -1,1% | -0,1% | 0,0% |
| TOTAL | -0,4% | 0,2% | 0,8% |

3.4.2. Remuneraciones medias globales

La remuneración media se define como el promedio de los salarios de todo el Grupo (considerando el salario total: fijo más variable, compuesto por comisión y bonus), convertidos a euros usando el tipo de cambio medio de 2020. Con este cálculo, la remuneración media global de Inditex ascendió a 23.959 euros brutos anuales en 2020 (22.073 y 20.996 euros en 2019 y 2018, respectivamente).

En el contexto de esta cifra, es importante señalar que la plantilla de Inditex en España, nuestro mercado sede, representa tan solo un 28% del total, y que una parte relevante del 72% de la plantilla restante está localizada en mercados donde los salarios convertidos a euros se traducen en remuneraciones medias más bajas (28% y 72% de la plantilla en 2019 y 2018, respectivamente).

Por género, la remuneración media de la mujer se situó en 22.749 euros anuales brutos, mientras que la del hombre ascendió a 27.657 euros (en el caso de la mujer, 21.142 euros en 2019 y 19.935 en 2018; en el caso del hombre, 24.897 euros en 2019 y 23.556 euros en 2018). Es importante remarcar que estas dos cifras no son representativas en términos de igualdad salarial: la distancia entre hombres y mujeres se explica, en este caso, por la mayor proporción de mujeres en un importante número de mercados donde la conversión de la moneda local da como resultado una cifra más baja en euros.

En materia de igualdad salarial, la brecha es el indicador que ofrece transparencia sobre los salarios que cobran hombres y mujeres. De hecho, la brecha salarial se calcula por cada mercado (ponderada con el peso de cada uno de ellos), lo que permite aislar el impacto de las diferentes monedas locales, la evolución del tipo de cambio y la distribución geográfica de la plantilla.

Tomando en consideración todas estas circunstancias propias del Grupo, a continuación, se detallan las remuneraciones medias por grupos de edad y por clasificación profesional:

| SALARIO TOTAL EN € | 2020 | 2019 | 2018 |
|----------------------------------|--------|--------|--------|
| CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | | | |
| DIRECCIÓN | 50.050 | 51.327 | 47.804 |
| RESPONSABLE | 32.859 | 31.002 | 27.963 |
| ESPECIALISTA | 20.751 | 19.260 | 18.480 |
| EDAD | | | |
| MENOS DE 30 AÑOS | 16.598 | 16.444 | 15.350 |
| ENTRE 30 Y 40 AÑOS | 28.214 | 27.433 | 26.320 |
| MAYORES DE 40 AÑOS | 43.648 | 42.297 | 41.062 |

3.4.3. Remuneraciones de los Consejeros y la Alta Dirección

Las remuneraciones de los Consejeros y de la Alta Dirección se encuentran reflejadas de manera agregada en la Nota 29 de las Cuentas Anuales Consolidadas, y de forma individualizada y por concepto retributivo, en los apartados C.1.a.i) y C.1.c) del Informe Anual de Remuneraciones de los Consejeros, correspondiente al ejercicio 2020, aprobado por el Consejo de Administración, el 9 de marzo de 2021.

Por lo que se refiere a los miembros de la Alta Dirección, la remuneración total media en el ejercicio 2020 ha sido de 1.323.636 euros (1.434.163 y 1.944.018 euros en 2019 y 2018, respectivamente). La remuneración media de las altas directivas ha sido de 993.144 euros y la de los altos directivos de 1.426.915 euros (1.033.309 euros y 1.555.634 euros en 2019 y 1.725.866 y 2.008.180 euros en 2018, respectivamente). Información sobre la remuneración agregada de la Alta Dirección se incluye también en el apartado C.1.13. del Informe Anual de Gobierno Corporativo correspondiente al ejercicio 2020, aprobado por el Consejo de Administración en su sesión de 9 de marzo de 2021.

3.5. Contribución tributaria y transparencia fiscal



ASUNTOS
MATERIALES
RELACIONADOS

GENERACIÓN DE
VALOR



Inditex cumple con las obligaciones tributarias de los mercados en los que desarrolla su actividad, de conformidad con los principios establecidos en la Estrategia y la Política Fiscal aprobada por el Consejo de Administración en sesión celebrada el 9 de diciembre de 2015.

Los principios en materia fiscal del Grupo Inditex se traducen en un compromiso irrenunciable con la sostenibilidad y responsabilidad social corporativa que a su vez se refleja en la contribución al desarrollo económico y social de los diferentes mercados en los que está presente. En este sentido, los impuestos pagados constituyen un aspecto clave de esta contribución impulsando a las comunidades en las que opera a prestar servicios públicos de valor y a construir infraestructuras que faciliten su crecimiento económico.

El compromiso en el ámbito fiscal se materializa en el cumplimiento de todas las obligaciones tributarias que se generen como consecuencia de la actividad empresarial y la aplicación en sus prácticas tributarias del estándar internacional del principio de plena competencia de acuerdo con la legislación de la Unión Europea e internacional (Tratados y Convenios, Directrices de la OCDE, entre otros), de la legislación fiscal de los mercados involucrados y, preferentemente, de los criterios interpretativos fijados por las autoridades o tribunales de justicia de dichos mercados.

El Grupo Inditex es un grupo verticalmente integrado que interviene en todas las fases de la cadena de valor de la industria textil (diseño, fabricación, aprovisionamiento, distribución y venta). El hecho de que estas actividades se desarrollen en distintos territorios supone que haya que determinar la parte del beneficio generado en la cadena de valor que se atribuye a cada territorio. Esta atribución de beneficio se realiza de acuerdo con el principio de plena competencia, de conformidad con la normativa local y con las Directrices de la OCDE en materia de precios de transferencia.

A continuación, se muestra el detalle del resultado antes de impuestos⁽¹⁾ por mercado para el ejercicio 2020 (en millones de euros):

| MERCADOS | 2020 | 2019 | 2018 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| AMÉRICA | -129 | 359 | 294 |
| BRASIL | -30 | 63 | 74 |
| CANADÁ | -9 | 27 | 17 |
| ESTADOS UNIDOS | -48 | 84 | 50 |
| MÉXICO | -43 | 146 | 116 |
| OTROS | 1 | 39 | 37 |
| ASIA Y RESTO | 60 | 657 | 561 |
| AUSTRALIA | -2 | 13 | 11 |
| CHINA | 1 | 375 | 364 |
| COREA DEL SUR | 6 | 57 | 24 |
| JAPÓN | 17 | 83 | 56 |
| KAZAJISTÁN | 14 | 22 | 15 |
| OTROS | 24 | 107 | 91 |
| ESPAÑA | 640 | 1.805 | 1.650 |
| ESPAÑA | 640 | 1.805 | 1.650 |
| EUROPA | 388 | 1.720 | 1.417 |
| ALEMANIA | 1 | 51 | 14 |
| BÉLGICA | -2 | 26 | 83 |
| FRANCIA | 28 | 101 | 139 |
| GRECIA | 15 | 41 | 31 |
| PAÍSES BAJOS | 9 | 328 | 274 |
| HUNGRÍA | -2 | 11 | 12 |
| ITALIA | -48 | 93 | 83 |
| POLONIA | 3 | 44 | 38 |
| PORTUGAL | -1 | 77 | 63 |
| RUMANÍA | 31 | 67 | 67 |
| RUSIA | 86 | 229 | 154 |
| SUIZA | 145 | 307 | 257 |
| UCRANIA | 39 | 54 | 28 |
| OTROS | 84 | 291 | 174 |
| RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS | 959 | 4.541 | 3.922 |
| CONSOLIDACIÓN | 442 | 140 | 506 |
| RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS CONS. | 1.401 | 4.681 | 4.428 |

(1) Resultado antes de impuestos: el resultado antes de impuestos resulta de la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), incluyendo la aplicación de la norma de contabilización de arrendamientos IFRS16 y excluye el resultado de la distribución de dividendos de otras filiales del Grupo, de las plusvalías por ventas de participaciones intragrupo, así como de las provisiones por deterioros de cartera en filiales del Grupo. El resultado antes de impuestos está condicionado por el efecto sede y el cumplimiento de la normativa internacional en materia de precios de transferencia (Directrices de la OCDE) por la cual se atribuye a determinados mercados el resultado derivado de las funciones de diseño, aprovisionamiento, logística y distribución, por tanto, no representa la rentabilidad del Grupo en cada mercado.

Igualmente, el Grupo está comprometido con la no utilización de estructuras de carácter opaco con finalidades tributarias ni de sociedades instrumentales radicadas en territorios calificados como paraísos fiscales o no cooperantes por las autoridades fiscales españolas. En este sentido, la constitución de sociedades en territorios calificados como paraísos fiscales por la legislación española se limitará a aquellos casos en que resulta imprescindible para el desarrollo de las actividades comerciales propias del Grupo, como es el caso de las sociedades que operan las tiendas ubicadas en Macao SAR y en Mónaco.

Para el cumplimiento de estos objetivos, el Grupo mantiene relaciones con las distintas autoridades fiscales de los territorios en los que opera, basadas en principios de buena fe, colaboración y confianza mutua, tratando de evitar litigios tributarios.

En línea con lo anterior, el Grupo Inditex forma parte del Foro de Grandes Empresas de España, cuyo principal objetivo es promover una mayor colaboración entre las grandes empresas y la Administración Tributaria del Estado, y está adherido al *Código de Buenas Prácticas Tributarias* promovido en el seno de dicho Foro, habiéndose seguido las recomendaciones incluidas en el mismo, así como en sus desarrollos posteriores.

Durante el ejercicio 2020, la actividad del Grupo en los mercados en los que opera se materializó en el pago del impuesto sobre beneficios⁽²⁾ (en millones de euros) que se muestra a continuación:

| MERCADOS | 2020 | 2019 | 2018 |
|----------------------------------|------------|--------------|--------------|
| AMÉRICA | 38 | 120 | 93 |
| BRASIL | - | 14 | 18 |
| CANADÁ | 6 | 6 | 5 |
| ESTADOS UNIDOS | 6 | 41 | 20 |
| MÉXICO | 15 | 42 | 38 |
| OTROS | 11 | 17 | 12 |
| ASIA Y RESTO | 62 | 123 | 119 |
| AUSTRALIA | 4 | 4 | 3 |
| CHINA | 20 | 56 | 71 |
| COREA DEL SUR | 7 | 14 | 6 |
| JAPÓN | 19 | 28 | 21 |
| KAZAJISTÁN | 5 | 5 | 4 |
| OTROS | 7 | 16 | 14 |
| ESPAÑA | 103 | 372 | 360 |
| ESPAÑA | 103 | 372 | 360 |
| EUROPA | 222 | 392 | 383 |
| ALEMANIA | -6 | 12 | 5 |
| BÉLGICA | -1 | 6 | 24 |
| FRANCIA | 15 | 30 | 52 |
| GRECIA | 1 | 10 | 12 |
| PAÍSES BAJOS | 84 | 127 | 101 |
| HUNGRÍA | 1 | 1 | 1 |
| ITALIA | 6 | 21 | 25 |
| POLONIA | 18 | 14 | 12 |
| PORTUGAL | 5 | 16 | 14 |
| RUMANÍA | 1 | 9 | 10 |
| RUSIA | 18 | 41 | 34 |
| SUIZA | 48 | 58 | 60 |
| UCRANIA | 7 | 10 | 5 |
| OTROS | 25 | 37 | 28 |
| | 425 | 1.007 | 955 |
| CONSOLIDACIÓN | 42 | 116 | 110 |
| IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS | 467 | 1.123 | 1.065 |

(2) Impuesto sobre Beneficios: pagos realizados durante el ejercicio 2020 en los distintos mercados en concepto de Impuesto sobre Beneficios y otras figuras análogas (*withholding tax* y otras cargas fiscales derivadas del cumplimiento de la normativa que regula el Impuesto sobre Beneficios). Incluye las retenciones y pagos fraccionados ingresados a cuenta del Impuesto sobre Beneficios del ejercicio en curso, y los pagos de la cuota diferencial correspondientes al Impuesto sobre Beneficios del ejercicio anterior.

Por su parte, la contribución tributaria total satisfecha ascendió a 4.689 millones de euros, correspondiendo 1.916 millones de euros a impuestos propios, entre los que destacamos el impuesto sobre sociedades, los aranceles, el impuesto sobre las propiedades inmobiliarias y las cotizaciones a la seguridad social a cargo de la empresa; y 2.773 millones de euros a impuestos recaudados, entre los que se encuentran las retenciones a cuenta del impuesto sobre la renta de los empleados y accionistas, así como la seguridad social a cargo del empleado y los impuestos sobre el consumo, siguiendo a estos efectos la metodología *Total Tax Contribution* de PwC.

A continuación, se muestra el desglose de los impuestos propios satisfechos durante el ejercicio 2020 (en millones de euros):

| MERCADOS | 2020 | 2019 | 2018 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|
| AMÉRICA | 357 | 623 | 489 |
| BRASIL | 53 | 108 | 100 |
| CANADÁ | 41 | 53 | 43 |
| ESTADOS UNIDOS | 129 | 213 | 151 |
| MÉXICO | 101 | 194 | 136 |
| OTROS | 33 | 55 | 59 |
| ASIA Y RESTO | 248 | 345 | 359 |
| AUSTRALIA | 11 | 12 | 10 |
| CHINA | 79 | 138 | 173 |
| COREA DEL SUR | 31 | 32 | 27 |
| JAPÓN | 59 | 66 | 64 |
| KAZAJISTÁN | 12 | 14 | 14 |
| OTROS | 56 | 83 | 71 |
| ESPAÑA | 620 | 1.049 | 928 |
| ESPAÑA | 620 | 1.049 | 928 |
| EUROPA | 691 | 1.023 | 988 |
| ALEMANIA | 18 | 32 | 33 |
| BÉLGICA | 7 | 18 | 35 |
| FRANCIA | 117 | 190 | 229 |
| GRECIA | 12 | 31 | 23 |
| PAÍSES BAJOS | 117 | 166 | 108 |
| HUNGRÍA | 4 | 4 | 4 |
| ITALIA | 44 | 75 | 82 |
| POLONIA | 24 | 22 | 11 |
| PORTUGAL | 20 | 29 | 46 |
| RUMANÍA | 2 | 10 | 13 |
| RUSIA | 79 | 109 | 96 |
| SUIZA | 66 | 94 | 70 |
| UCRANIA | 16 | 18 | 16 |
| OTROS | 165 | 225 | 222 |
| IMPUESTOS PROPIOS | 1.916 | 3.040 | 2.764 |

Igualmente, se relaciona el detalle de impuestos recaudados durante el ejercicio 2020 (en millones de euros):

| MERCADOS | 2020 | 2019 | 2018 |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| AMÉRICA | 177 | 320 | 271 |
| BRASIL | 34 | 84 | 79 |
| CANADÁ | 23 | 35 | 33 |
| ESTADOS UNIDOS | 88 | 129 | 107 |
| MÉXICO | 22 | 52 | 35 |
| OTROS | 10 | 20 | 17 |
| ASIA Y RESTO | 144 | 189 | 187 |
| AUSTRALIA | 17 | 25 | 21 |
| CHINA | 59 | 96 | 109 |
| COREA DEL SUR | 10 | 12 | 12 |
| JAPÓN | 40 | 34 | 28 |
| KAZAJISTÁN | 3 | 4 | 3 |
| OTROS | 15 | 18 | 14 |
| ESPAÑA | 581 | 825 | 764 |
| ESPAÑA | 581 | 825 | 764 |
| EUROPA | 1.871 | 2.375 | 2.180 |
| ALEMANIA | 189 | 228 | 201 |
| BÉLGICA | 107 | 99 | 97 |
| FRANCIA | 300 | 347 | 324 |
| GRECIA | 80 | 135 | 124 |
| PAÍSES BAJOS | 97 | 85 | 86 |
| HUNGRÍA | 23 | 35 | 31 |
| ITALIA | 246 | 384 | 356 |
| POLONIA | 82 | 111 | 98 |
| PORTUGAL | 151 | 203 | 191 |
| RUMANÍA | 56 | 78 | 73 |
| RUSIA | 174 | 191 | 164 |
| SUIZA | 15 | 17 | 15 |
| UCRANIA | 12 | 15 | 9 |
| OTROS | 339 | 447 | 411 |
| IMPUESTOS RECAUDADOS | 2.773 | 3.709 | 3.402 |

El Grupo Inditex ha recibido 8 millones de euros en concepto de subvenciones públicas (0,4 millones de euros en 2019) durante el ejercicio 2020.

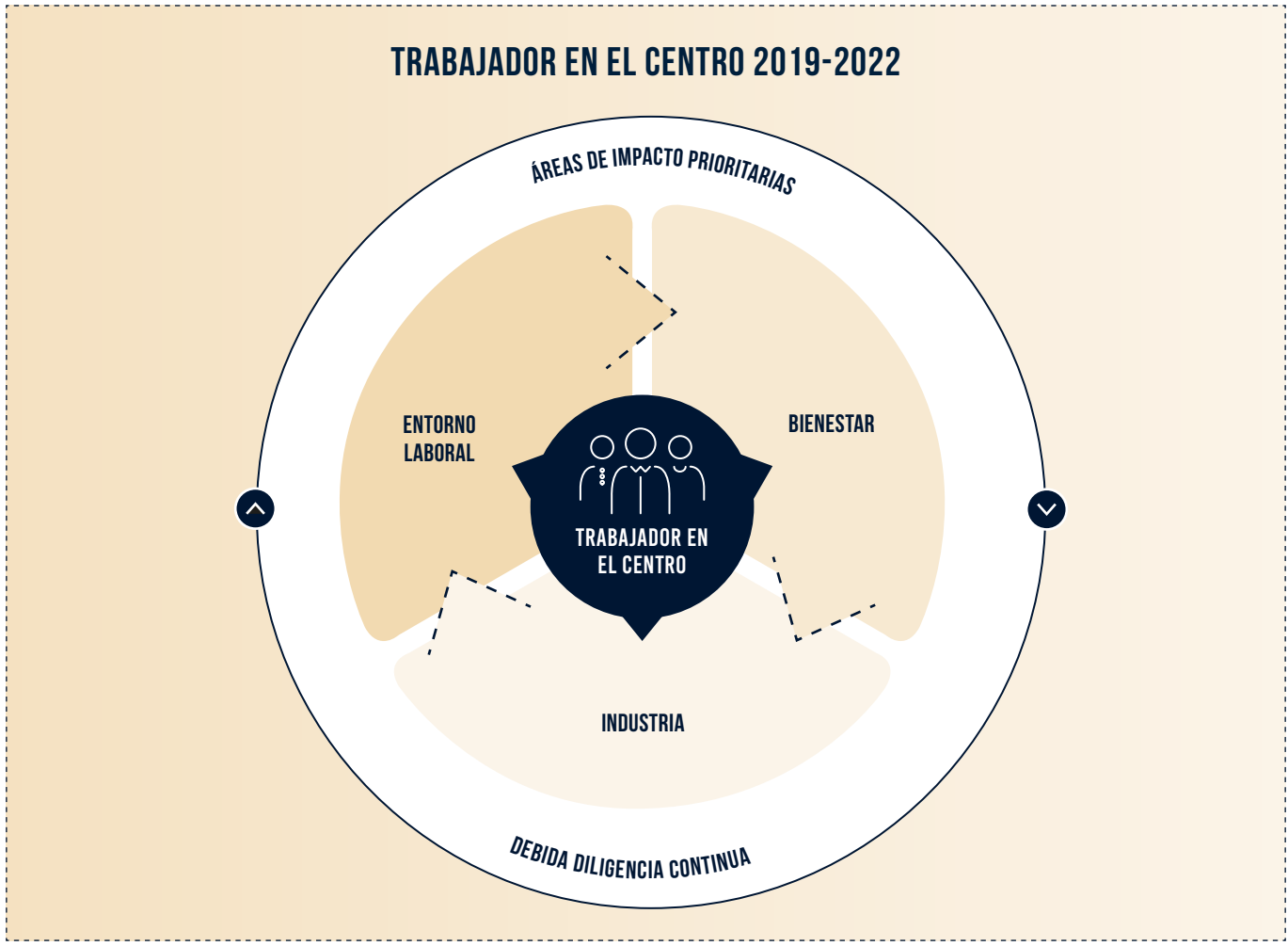
3.6. Contribución al desarrollo socioeconómico de los trabajadores y la industria

3.6.1. Trabajador en el Centro 2019-2022

En Inditex queremos contribuir positivamente al desarrollo socioeconómico de los trabajadores de nuestra cadena de suministro, manteniendo el foco en la **promoción de sus Derechos Humanos y laborales** y con el objetivo de asegurar su bienestar. Para ello, contamos con una **estrategia de sostenibilidad social: Trabajador en el Centro 2019-2022**, que se apoya en una gestión socialmente responsable de la cadena de suministro y que parte del respeto a los Derechos Humanos y laborales y es parte esencial de nuestro modelo sostenible.

Su premisa principal es la de entender y dar respuesta a las necesidades de los trabajadores de la cadena de suministro, sus familias, y las comunidades en las que viven. A través de esta estrategia queremos **fomentar el trabajo decente, los entornos productivos sostenibles y el desarrollo socioeconómico del sector, al mismo tiempo que impulsamos el bienestar y empoderamiento de los trabajadores para lograr cambios duraderos y sostenibles en la industria**. En su definición se han tenido en cuenta los marcos internacionales de referencia en materia de Derechos Humanos y laborales.

- ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS
- DERECHOS HUMANOS, ENTORNOS PRODUCTIVOS SOCIALMENTE SOSTENIBLES, DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN, PRÁCTICAS DE COMPRA RESPONSABLE, RELACION CON LOS GRUPOS DE INTERÉS
- 3 SALUD Y BIENESTAR
- 5 IGUALDAD DE GÉNERO
- 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
- 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



TRABAJADOR EN EL CENTRO 2019-2022

ESTRATEGIA BASADA EN:



RESPECTO DE LOS DERECHOS HUMANOS Y LABORALES

TODOS LOS INTERNACIONALMENTE RECONOCIDOS
Y EN PARTICULAR LOS INCLUIDOS EN:

LA CARTA INTERNACIONAL DE DERECHOS HUMANOS
DE NACIONES UNIDAS QUE INCLUYE:

- La Declaración Universal de Derechos Humanos.
- El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.
- El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

CONVENIOS Y DECLARACIONES DE LA ORGANIZACIÓN
INTERNACIONAL DEL TRABAJO:

- Convenios Fundamentales de la OIT números 1, 14, 26, 29, 87, 98, 100, 105, 111, 131, 138, 155 y 18.
- Declaración de la OIT sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo.

LEGISLACIONES LOCALES APLICABLES

ALCANCE DE LA ESTRATEGIA



TODOS LOS PROVEEDORES Y FABRICANTES
DE LA CADENA DE SUMINISTRO



TODOS LOS NIVELES
DE PRODUCCIÓN



PROVEEDORES DIRECTOS
E INDIRECTOS

TRES ELEMENTOS



EL TRABAJADOR

Principal beneficiario y sujeto activo.



LAS DIMENSIONES

Entorno laboral, bienestar e industria.



LA DEBIDA DILIGENCIA

Siete áreas de impacto prioritarias.

ALINEACIÓN CON:



Principios Rectores
de Naciones Unidas
sobre Empresas y
Derechos Humanos

Objetivos de
Desarrollo
Sostenible

Directrices de debida diligencia de la
OCDE para cadenas de suministro
responsables en el sector de la
confección y el calzado

Principios del
Pacto Mundial
de las Naciones
Unidas



La estrategia *Trabajador en el Centro 2019-2022* se articula en tres elementos principales. El primero es el trabajador, que se encuentra en el centro de la estrategia como beneficiario y sujeto activo de la misma. El trabajador es el principal beneficiario de todas las acciones que se desarrollan, asegurando el respeto de sus Derechos Humanos y laborales.

El segundo elemento son las tres dimensiones en las que se despliega, a fin de conseguir un impacto positivo en distintos niveles:

1. **Entorno laboral.** Asegurar el respeto de los Derechos Humanos en las fábricas de la cadena de suministro a través de **evaluaciones, proyectos, formaciones y seguimiento**, de manera coordinada con las acciones realizadas para la gestión social de la cadena de suministro y el cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores de Inditex.



Más información sobre la aplicación del Código en el apartado 4.3.2. Políticas, estándares y principios en los que basamos nuestra gestión de la cadena de suministro, subapartado a), del presente Estado de Información No Financiera.

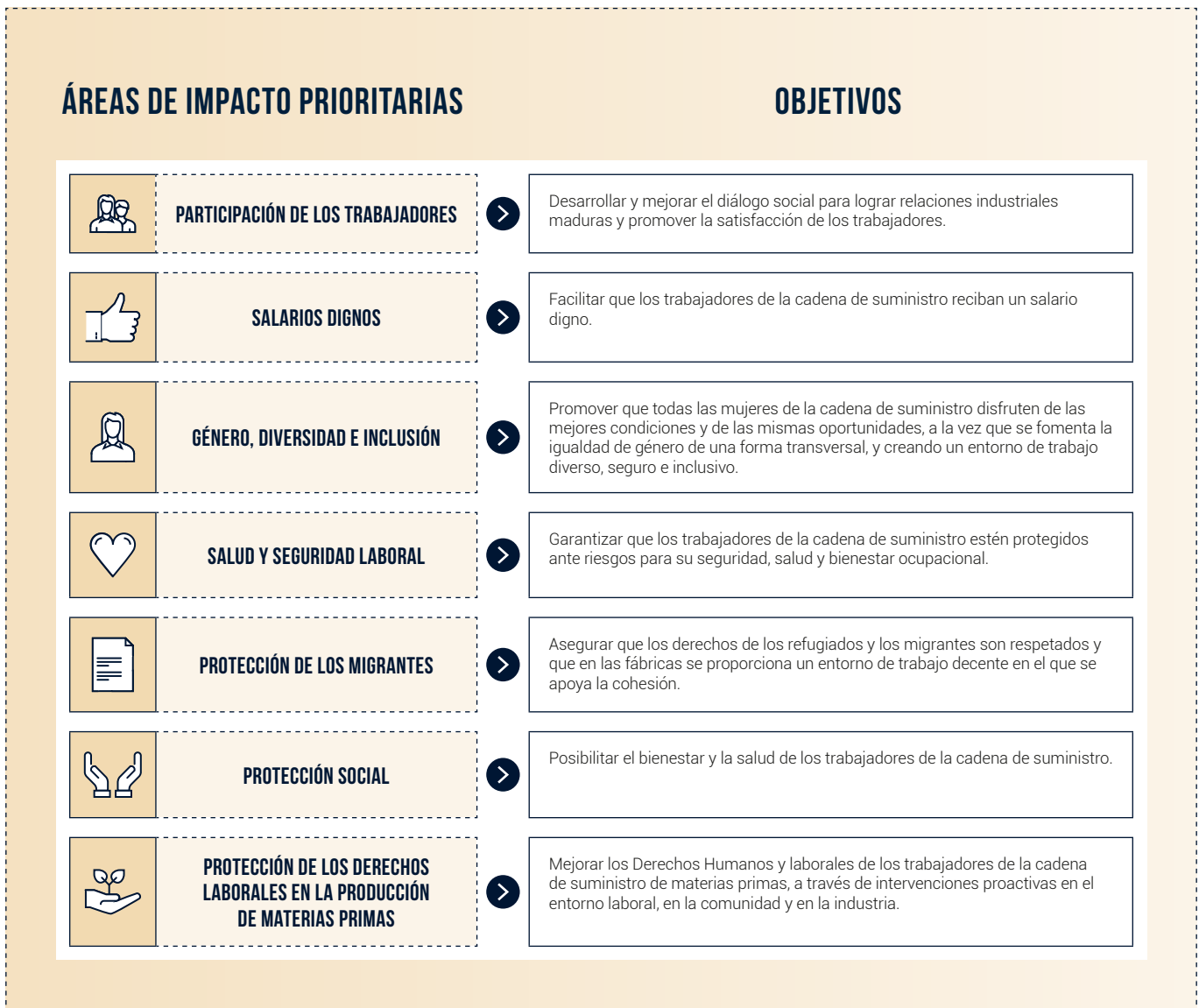
- 2. **Bienestar.** El objetivo de Inditex es tener **un impacto positivo en la vida de los trabajadores**, mejorando su bienestar y el de las comunidades donde conviven.
- 3. **Industria.** Se trata de una dimensión estratégica ya que está enfocada en conseguir **entornos más sostenibles a largo plazo a través de colaboraciones y compromisos sectoriales** y globales con iniciativas de diversa índole y con distintos grupos de interés como pueden ser ONGs, proveedores, u otras marcas, entre otros. Nuestro impacto como empresa es limitado, por ello, unimos fuerzas con los grupos de interés de la industria.

El tercer y último elemento es la debida diligencia, que nos permite la identificación de áreas de impacto prioritarias en las que se centran las acciones de la estrategia. En Inditex hemos realizado un proceso de debida diligencia en línea

con los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas de todos los posibles impactos en los Derechos Humanos a lo largo de la cadena de suministro del Grupo, identificándolos y priorizándolos.

Gracias a este proceso, que se materializa a través de mapas de calor que reflejan los impactos más relevantes en materia de Derechos Humanos **en nuestros 12 clústeres⁽¹⁾ de producción, se identificaron las siete áreas prioritarias** en las cuales podemos tener un mayor impacto positivo de manera transversal en las tres dimensiones anteriormente citadas.

Para cada una de estas áreas hay un grupo interno, formado por especialistas y expertos locales pertenecientes a los equipos de sostenibilidad social de los distintos clústeres, encargado de desarrollar las distintas estrategias, líneas de acción y programas de mejora.



(1) Inditex cuenta con 12 clústeres de proveedores: España, Portugal, Marruecos, Turquía, India, Bangladés, Pakistán, Vietnam, China, Camboya, Argentina y Brasil. Estos clústeres son espacios de cooperación y diálogo, cuyo fin es promover un entorno productivo sostenible en un área geográfica estratégica y en un marco de cumplimiento de los Derechos Humanos y de respeto medioambiental.

La colaboración con los grupos de interés, en línea con la dimensión de industria, es clave para el desarrollo de la estrategia *Trabajador en el Centro 2019-2022*. En Inditex consideramos que para desarrollar soluciones que mejoren las prácticas de la cadena de suministro, que sean globales y que puedan beneficiar al mayor número de trabajadores y comunidades posible, ha de hacerse de forma colaborativa. Por ello cooperamos y mantenemos alianzas con diversos grupos de interés como los propios proveedores, sindicatos, ONGs, organizaciones internacionales, organismos institucionales, universidades u otras marcas del sector. Estas colaboraciones se llevan a cabo tanto a nivel local como internacional, y entre ellas cabe destacar las que mantenemos con la Organización Internacional del Trabajo, *IndustriALL Global Union*, ACT (*Action, Collaboration, Transformation*), o el Pacto Mundial de Naciones Unidas, entre otros.

3.6.2. Áreas de Impacto Prioritarias

a) Participación de los trabajadores

MEJORAR EL DIÁLOGO SOCIAL PARA LOGRAR RELACIONES INDUSTRIALES MADURAS Y PROMOVER LA SATISFACCIÓN DE LOS TRABAJADORES

| ODS RELACIONADOS | GRUPOS DE INTERÉS PRINCIPALES |
|---|---|
|    | <i>IndustriALL Global Union / Organización Internacional del Trabajo / BetterWork / Ethical Trading Initiative / ACT (Action, Collaboration, Transformation) / Smart Myanmar Textile & Garment Projects Sequa gGmbH</i> |

En Inditex consideramos que **los Derechos Humanos relacionados con la negociación colectiva y la libertad de asociación son fundamentales** para que los trabajadores de la cadena de suministro puedan negociar libremente sus condiciones de trabajo y disponer además de los

mecanismos adecuados para defender el resto de sus derechos. Este convencimiento está claramente reflejado en nuestro Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.

El empoderamiento de los trabajadores y la promoción del diálogo social son la base principal para el ejercicio de relaciones industriales maduras plenamente asentadas en los principios de libertad de asociación y de derecho a la negociación colectiva. En este sentido, en Inditex reconocemos el importante rol que juegan las organizaciones sindicales globales y nacionales en este ámbito, además de en la supervisión de nuestra cadena de suministro.

Sin lugar a duda, una de las herramientas más relevantes de las que disponemos para promocionar la participación de los trabajadores, el respeto a la libertad de asociación y el impulso de la negociación colectiva en la cadena de suministro es **el Acuerdo Marco Global que mantenemos con IndustriALL Global Union**. Este Acuerdo, firmado entre Inditex e *IndustriALL Global Union* en 2007, y renovado y extendido por última vez en 2019, se asienta en la colaboración entre ambas entidades y nos permite compartir y desarrollar conjuntamente buenas prácticas en la materia. En definitiva, el trabajo conjunto que realizamos con *IndustriALL* promueve la consecución de una cadena de suministro más sostenible.

Las líneas de acción prioritarias en las que estamos trabajando en el ámbito de la participación de los trabajadores son las siguientes:

- Promover el Acuerdo Marco con *IndustriALL Global Union*.

Colaboramos en el terreno con *IndustriALL*, trabajando conjuntamente en la promoción de la libertad de asociación y la negociación colectiva. Por ello, compartimos con el sindicato global el listado completo de nuestros proveedores y fabricantes, y le facilitamos el acceso, tanto al propio *IndustriALL* como a sus afiliados locales, a las instalaciones de nuestros proveedores y fabricantes.

La cooperación entre ambas partes se puso nuevamente de manifiesto de nuevo en 2020 con la formalización del Comité Sindical Global del Acuerdo Marco, un nuevo órgano de coordinación donde tienen representación los diferentes afiliados de *IndustriALL Global Union* en nuestra cadena de producción, así como los sindicatos españoles CC.OO. y UGT. Asimismo, publicamos una declaración conjunta en agosto de 2020 con el fin de reafirmar nuestro compromiso mutuo para trabajar colaborativamente apoyando la recuperación económica



En 2020 hemos formalizado el Comité Sindical Global dentro de nuestro Acuerdo Marco con *IndustriALL Global Union*.

y social de la industria mundial de la confección ante la crisis provocada por la covid-19, junto con los grupos de interés globales y nacionales.

i Más información en el apartado 2.1.2 d) *Protección de los trabajadores de la cadena de suministro* del presente Estado de Información No Financiera.

- Garantizar mecanismos efectivos de representación de los trabajadores.

Impulsamos y participamos en distintos programas para promover que los trabajadores de la cadena de suministro puedan disponer de mecanismos efectivos de representación. Destaca nuestra participación en el programa *Better Work* de la Organización Internacional del Trabajo.

- Sensibilizar sobre el diálogo social y la participación de los trabajadores.

Consideramos necesario que los trabajadores y la gerencia de las fábricas dispongan de las herramientas

y habilidades necesarias para mantener un diálogo social que facilite el establecimiento de las relaciones industriales maduras necesarias para la negociación colectiva. De esta manera, se desarrollan formaciones y programas para promover el diálogo social en los distintos niveles en los que se despliega nuestra estrategia, tanto a nivel fábrica, como a nivel industria.

Ejemplo de la importancia de la colaboración entre grupos de interés en el ámbito de la participación de los trabajadores es la que realizamos bajo el paraguas de la iniciativa ACT. En este sentido **durante el 2020 se ha llevado a cabo la implementación de un piloto del mecanismo de resolución de disputas** acordado entre los representantes de los proveedores de las marcas ACT en Myanmar y el afiliado de *IndustriALL* en el país, *IWFM*. Este mecanismo permite establecer un procedimiento para resolver cualquier incidencia en el cumplimiento de la guía de libertad de asociación acordada en 2019 entre las mismas partes.

i Más información en el apartado 4.3.2 c) *Gestión Sostenible de la cadena de suministro* del presente Estado de Información No Financiera.



b) Salarios Dignos

FACILITAR QUE LOS TRABAJADORES DE LA CADENA DE SUMINISTRO DE INDITEX RECIBAN UN SALARIO DIGNO

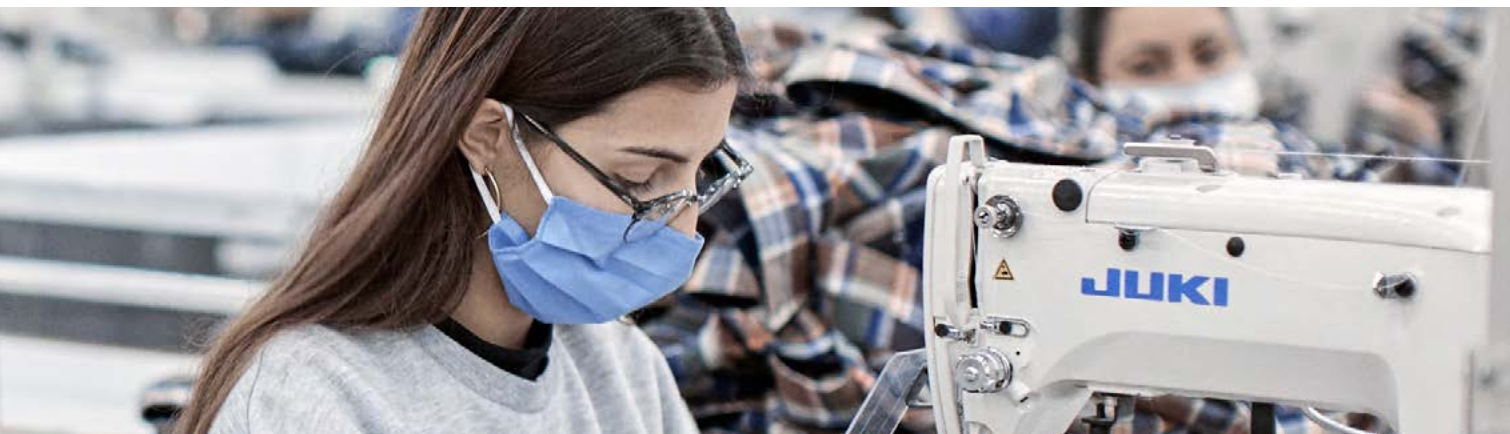
| ODS RELACIONADOS | GRUPOS DE INTERÉS PRINCIPALES |
|--|---|
|     | ACT (Action, Collaboration, Transformation) / IndustriALL Global Union / Organización Internacional del Trabajo / Better Than Cash Alliance |

La OIT considera que el derecho a recibir un salario digno es uno de los Derechos Humanos necesarios para lograr la “paz universal y permanente”. En este sentido, en Inditex estamos **comprometidos a facilitar que los trabajadores de las fábricas de nuestra cadena de suministro reciban un salario digno**, tal y como se refleja en nuestro Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.

Para poder conseguir este objetivo, que supone un reto común para toda la industria, es necesaria la **colaboración con distintos grupos de interés** como pueden ser otras marcas, proveedores, sindicatos o incluso gobiernos, entre otros. En este sentido, **una de las iniciativas principales a destacar y de la que formamos parte desde su inicio es ACT (Action, Collaboration, Transformation)**, iniciativa promovida por empresas globales del sector textil e *IndustriALL Global Union* para lograr la transformación del sector y conseguir salarios dignos para los trabajadores de la cadena de suministro a través de la negociación colectiva y libertad de asociación, apoyadas en prácticas de compra responsables.

Durante el 2020 nuestras acciones en el ámbito de la estrategia de salarios dignos han cobrado una relevancia mayor aún si cabe, ya que con motivo de la situación provocada por la covid-19 el **aseguramiento del empleo y de los salarios de los trabajadores, especialmente en los picos más acusados de la pandemia**, ha sido una de nuestras prioridades principales. En este sentido, para tratar de paliar las consecuencias de la pandemia, hemos trabajado conjuntamente con organizaciones como ACT o *IndustriALL*.

ESTRATEGIA DE SALARIOS DIGNOS DE INDITEX



En 2020 hemos seguido trabajando en las cuatro líneas de actuación principales de esta estrategia:

- Promoción de la negociación colectiva.

La negociación colectiva es una herramienta fundamental para lograr la mejora de las condiciones laborales, incluido el pago de salarios dignos. Para conseguir avances reales y sostenibles son esenciales los acuerdos entre las partes involucradas a través de una negociación libre e informada. Nuestras herramientas principales en esta materia son nuestro Acuerdo Marco Global con *IndustriALL Global Union* y el trabajo que realizamos en colaboración con la iniciativa ACT. Concretamente, a lo largo del año 2020 se han priorizado los avances y el trabajo con ACT en países como Turquía, Myanmar, Bangladés y Camboya.

- Prácticas de compra responsable.

Las condiciones laborales de los trabajadores, y en particular su salario, tienen una vinculación directa con las prácticas de compra de las empresas. Por ello, en Inditex disponemos de una estrategia de prácticas de compra responsable que incluye, entre otras acciones, la formación de nuestros compradores.

En este sentido, destaca también nuestro trabajo en el marco de la iniciativa ACT en la implementación de compromisos de compra responsable comunes para toda la industria.

 Más información en el apartado 4.3.2 c) *Gestión Sostenible de la cadena de suministro* del presente Estado de Información No Financiera.

Por otra parte, como **medida inmediata ante la crisis** provocada por la covid-19 y con una importante repercusión en el salario de los trabajadores **hemos garantizado el pago de todos los pedidos ya realizados y en fase de producción.**

 Más información en el apartado 2.1.2 c) *Protección de los trabajadores de la cadena de suministro* del presente Estado de Información No Financiera.

- Mejora de los sistemas y métodos de organización de la producción.

Llevamos a cabo proyectos para mejorar los sistemas de organización de la producción de las fábricas, ya que éstos tienen un impacto directo en las condiciones laborales de los trabajadores. Aspectos como la ergonomía, las horas de trabajo, los salarios y la satisfacción y motivación en el trabajo pueden ser abordados y mejorados a través de esta clase de proyectos.

Con este objetivo, destaca el Proyecto *Lean*, iniciativa interna desarrollada por ingenieros textiles e industriales de Inditex en países como China o Portugal (dónde

también colaboramos con una Universidad local para su implementación). También en este ámbito, participamos en el Programa *SCORE* de la OIT.

- Mejora de los sistemas de gestión y digitalización de pagos.

La mejora de los sistemas de gestión de los salarios y de los métodos de pago revierten en diversos beneficios tanto para el trabajador como para los proveedores. Es por ello que desarrollamos distintas acciones y proyectos para promover la digitalización de salarios, y concienciar a trabajadores y proveedores de cómo éstos promueven la inclusión y empoderamiento financieros. Además, **la digitalización de salarios ha cobrado una especial relevancia dada la situación de pandemia** en muchos de nuestros países de producción, a fin de **facilitar el cumplimiento de los requisitos de distancia social y la realización de pagos en tiempo y forma** aun cuando los trabajadores no estuviesen presencialmente en la fábrica.

c) Género, diversidad e inclusión

PROMOVER QUE TODAS LAS MUJERES DE LA CADENA DE SUMINISTRO DISFRUTEN DE LAS MEJORES CONDICIONES Y OPORTUNIDADES, A LA VEZ QUE SE FOMENTA LA IGUALDAD DE GÉNERO DE UNA FORMA TRANSVERSAL, Y CREANDO UN ENTORNO DE TRABAJO DIVERSO, SEGURO E INCLUSIVO

| ODS RELACIONADOS | GRUPOS DE INTERÉS PRINCIPALES |
|--|---|
|   | Organización Internacional del Trabajo / BSR / Swasti / Medicus Mundi / UN Women / AÇEV / United Nations Foundation |
|   | |

En línea con el quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible -lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas- y **dado que nuestra cadena de suministro está compuesta mayoritariamente por mujeres, consideramos su empoderamiento como un objetivo fundamental** dentro de nuestra estrategia para conseguir una cadena sostenible.

El foco de nuestras acciones para promover el empoderamiento de la mujer no está únicamente en las fábricas con las que trabajamos, sino que es transversal a las tres dimensiones de la estrategia *Trabajador en el Centro 2019-2022* ya que las desigualdades a las que se enfrentan las mujeres van más allá del ámbito laboral y suponen un impedimento para poder progresar en todos los aspectos de su vida.

ESTRATEGIA DE GÉNERO, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO DE INDITEX

OBJETIVO: FACILITAR SERVICIOS DE ATENCIÓN MÉDICA, PRINCIPALMENTE MATERNIDAD Y SALUD REPRODUCTIVA.

El género es un factor determinante de inequidades sanitarias. Integrar un enfoque de género en los programas de salud que desarrollamos es clave para impactar de forma directa en la calidad de estos, velando por la salud de la mujer, garantizando el acceso a servicios sanitarios, e incorporando la salud reproductiva e higiene femenina como ejes fundamentales de nuestros programas, garantizando el acceso a servicios sanitarios a todos los colectivos.



OBJETIVO: PROMOVER POLÍTICAS DE TOLERANCIA CERO Y PRÁCTICAS DE PREVENCIÓN Y GESTIÓN DEL ACOSO LABORAL.

Desde Inditex, queremos contribuir a prevenir y erradicar cualquier tipo de discriminación o acoso en la cadena de suministro, especialmente por causas de género. De este modo, realizamos proyectos de sensibilización y educación para trabajadores y gerencia de las fábricas en esta materia, así como promovemos políticas de género, diversidad e inclusión.

OBJETIVO: INVOLUCRAR A LAS TRABAJADORAS EN PROGRAMAS FINANCIEROS, DE LIDERAZGO O DE EMPODERAMIENTO.

Un entorno laboral inclusivo se garantiza cuando las mujeres trabajadoras participan de manera activa en él. Para ello, es crucial involucrar a la administración y a todos los trabajadores de las fábricas en el empoderamiento de las trabajadoras y de otros colectivos. De este modo, no sólo se mejora la calidad de vida de las mujeres, sino también la de los hombres, niños, familias, comunidades y sociedad en general.

Este es un aspecto que concierne de una manera global a la empresa y a la industria, de forma que durante el 2020 se han impulsado nuevas actividades y proyectos en los que se ha trabajado de una manera colaborativa con equipos internos comerciales, así como con grupos de interés externos relevantes, como otras marcas del sector, la Organización Internacional del Trabajo o la organización BSR. En colaboración con esta última organización, hemos desarrollado un proyecto global, al que hemos llamado *InditeXher*, que tiene como objetivo implementar programas de empoderamiento de la mujer en las fábricas y analizar el impacto que estos tienen sobre las prácticas de compra y viceversa.

La estrategia de empoderamiento de la mujer de Inditex se basa en tres pilares a partir de los cuales se articulan todos los proyectos y programas que desarrollamos. Estos tres pilares son los siguientes:

- Salud: Facilitar la atención médica.

Facilitamos el acceso a servicios sanitarios, principalmente de maternidad y salud reproductiva. Uno de nuestros principales socios en esta materia es Medicus Mundi con los que trabajamos en la mejora sociosanitaria de la cadena de suministro textil en Marruecos.

- Protección: Tolerancia cero al acoso laboral.

Inditex promueve el desarrollo de políticas y prácticas en las instalaciones con las que trabaja con un enfoque de tolerancia *cero* con respecto a temas como la discriminación, el acoso o el abuso a cualquier nivel. En este sentido, se llevan a cabo actividades de sensibilización en la materia de la mano de organizaciones como *Swasti*, en el caso de India.

- Empoderamiento: involucrar a las trabajadoras en programas financieros, de liderazgo y de empoderamiento.

El objetivo último de nuestra estrategia es **potenciar el liderazgo y el empoderamiento de las mujeres para lograr espacios de trabajo y comunidades inclusivas**. En este sentido desarrollamos programas de empoderamiento en distintos ámbitos, con especial relevancia del empoderamiento financiero, que llevamos a cabo a través de los programas *HER Finance* de la organización BSR.

A finales de 2020 hemos decidido incluir la diversidad e inclusión de otros colectivos, además de las mujeres, como una parte más de la estrategia, manteniendo los tres pilares fundamentales y los objetivos principales, pero adaptándolos a esta nueva línea de acción.

d) Salud y Seguridad Ocupacional

GARANTIZAR QUE LOS TRABAJADORES DE LA CADENA DE SUMINISTRO ESTÉN PROTEGIDOS ANTE RIESGOS PARA SU SEGURIDAD, SALUD Y BIENESTAR OCUPACIONAL

| ODS RELACIONADOS | GRUPOS DE INTERÉS PRINCIPALES |
|---|--|
|   | Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh / RSC (RMG Sustainability Council) / IndustriALL Global Union / Nanjing University / Universidade do Minho / Medicus Mundi Sur / AKUT Search and Rescue Association |
|  | |

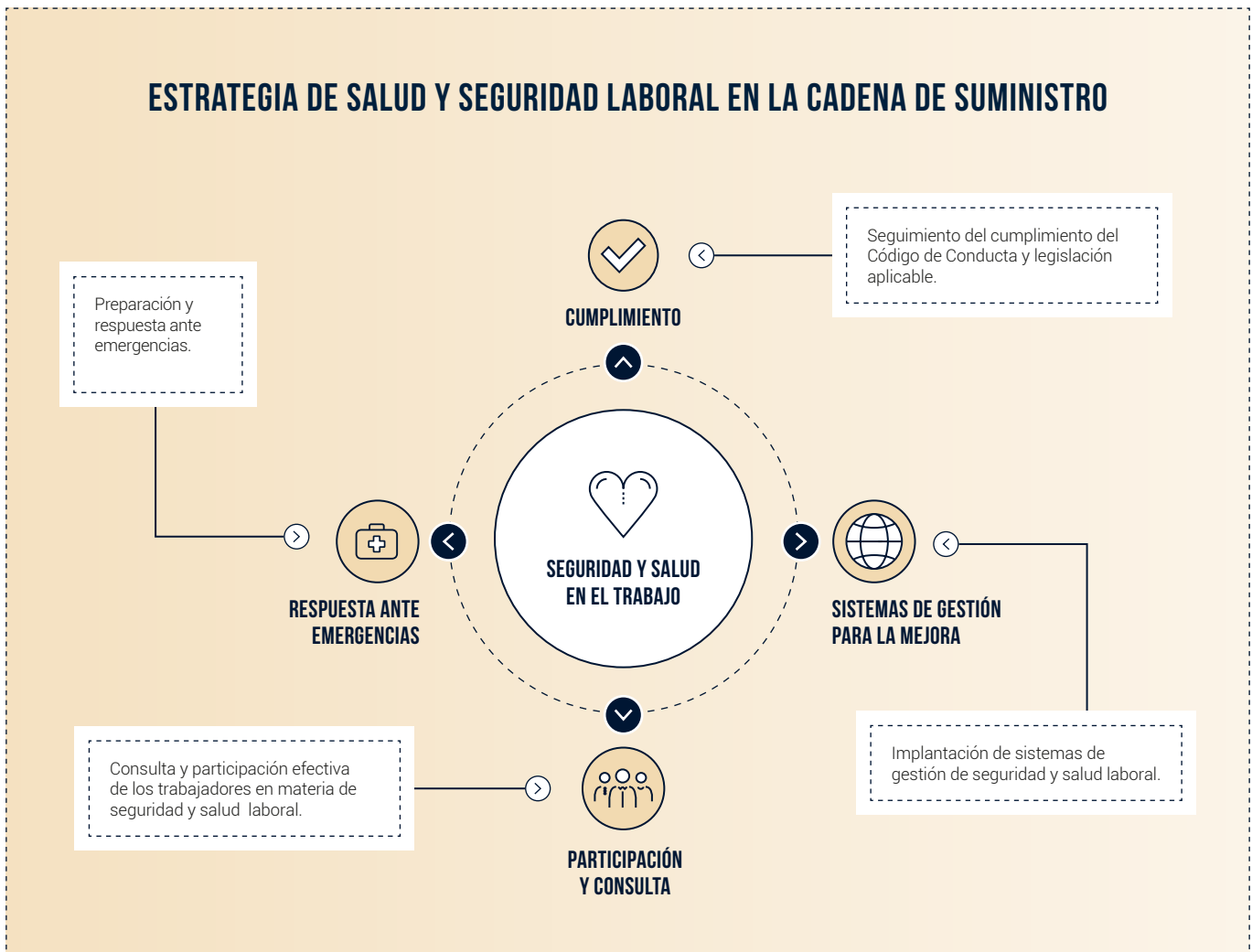
Bajo esta línea estratégica, el principal objetivo es garantizar que todos los trabajadores de la cadena de suministro estén protegidos frente a cualquier

riesgo con respecto a su salud, seguridad y bienestar ocupacional.

Esta área ha tomado una mayor relevancia si cabe durante este último año debido a la pandemia mundial que ha afectado en gran medida a las fábricas y, en consecuencia, a los trabajadores de la cadena de suministro de Inditex. En este sentido, desde un primer momento, nos hemos centrado en **garantizar la salud y seguridad de todos los trabajadores de las instalaciones con las que trabajamos**, ofreciendo apoyo de diversa índole en esta materia a nuestros proveedores y fabricantes.

➤ Más información en el apartado 2.1.2 a) Protección de los trabajadores de la cadena de suministro del presente Estado de Información No Financiera.

Paralelamente, se ha seguido trabajando en la estrategia y las actividades que ya estaban siendo implementadas, adaptándolas, en los casos que así ha sido necesario, a la situación actual. Esta temática incluye aspectos de diversa índole como seguridad estructural, la gestión de productos químicos o maquinaria eléctrica, además de factores ergonómicos. Las principales líneas de trabajo son:





Uno de nuestros objetivos en la cadena de suministro es garantizar la salud y seguridad de todos los trabajadores de las instalaciones con las que trabajamos.

- Seguimiento del cumplimiento del Código de Conducta y legislación aplicable.

Monitorizamos a través de nuestras auditorías que las instalaciones con las que trabajamos cumplan los estándares básicos de salud y seguridad establecidos en nuestro Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores, así como la normativa local e internacional. Con la información recabada, establecemos programas y actividades que tienen como objetivo mejorar la salud y seguridad en las instalaciones de los fabricantes y proveedores, que son a su vez parte activa principal de estas iniciativas.

- Participación efectiva de los trabajadores en salud y seguridad ocupacional.

Para Inditex la participación activa de los trabajadores como principal herramienta para la promoción y respeto de sus Derechos Humanos es fundamental. Por ello promovemos el establecimiento y la creación de comités de seguridad y salud en las fábricas.

- Implantación de sistemas de gestión de seguridad y salud laboral.




El establecimiento de sistemas de gestión es clave para la mejora continua en materia de salud y seguridad. Para la consecución de entornos de trabajo seguros y saludables apoyamos a nuestros proveedores en la implementación de estos sistemas, a través de planes de mejora continua, visitas a las instalaciones y el acompañamiento en la identificación y resolución de riesgos.

- Preparación y respuesta ante emergencias.

Apoyamos a nuestros proveedores en la elaboración e implantación de planes de respuesta ante emergencias y situaciones de riesgos inminentes.

e) Protección de los migrantes y refugiados

ASEGURAR QUE LOS DERECHOS DE LOS REFUGIADOS Y LOS MIGRANTES SON RESPETADOS Y QUE EN LAS FÁBRICAS SE PROPORCIONA UN ENTORNO DE TRABAJO DECENTE EN EL QUE SE APOYA LA COHESIÓN

| ODS RELACIONADOS | GRUPOS DE INTERÉS PRINCIPALES |
|--|--|
|   | Organización Internacional del Trabajo / CCR CSR / United Work / MUDEM |
|  | |

La migración forzosa puede conllevar situaciones de vulnerabilidad tanto a nivel personal como profesional. En este sentido, **Inditex tiene un enfoque de tolerancia cero ante cualquier forma de trabajo forzoso o explotación, discriminación u acoso**, poniendo especial énfasis en la protección de colectivos potencialmente más vulnerables, como los trabajadores migrantes o refugiados.

Contamos con una estrategia especialmente enfocada a la protección de los refugiados y los migrantes que toma como marco conceptual los principios establecidos por el Pacto Mundial de Naciones Unidas sobre los Refugiados y por los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas.

El objetivo principal de nuestras actuaciones es **remediar cualquier potencial situación de discriminación y promover prácticas laborales justas que fomenten la cohesión**. Aunque la estrategia es de aplicación global, tienen especial relevancia los esfuerzos que realizamos en países como India y China donde la migración interna es frecuente, o en Turquía país que recibe un número elevado de refugiados y migrantes.



Las principales líneas de actuación de la estrategia son las siguientes:

- Implementación de planes de remediación para refugiados y migrantes.

Los planes de remediación se establecen para dar solución a casuísticas individuales, pero **basándonos en las mejores prácticas adquiridas a nivel global**. Distintos grupos de interés externos, además de los proveedores y fabricantes, pueden colaborar en su implementación, apoyándonos en la **aplicación de las medidas de remediación**. Uno de nuestros principales aliados en la materia es la organización *Refugee Support Centre* (MUDEM) en Turquía, con quien tenemos un acuerdo marco desde 2015.

- Prácticas de empleo y contratación justas para migrantes y refugiados.

Formamos a los proveedores en la aplicación de las mejores prácticas de contratación y laborales que **garanticen la igualdad de oportunidades**. También desarrollamos distintos programas de apoyo y sensibilización dirigidos tanto a proveedores como a los propios trabajadores.



- Fortalecer la cohesión social y laboral.

Reforzamos y fomentamos la cohesión social en los espacios de trabajo a través de **programas y formaciones para sensibilizar** a trabajadores y empleadores en materia de integración y cohesión, tanto laboral como social.

A lo largo de 2020 hemos seguido trabajando en estas líneas adaptándonos a la situación de crisis sanitaria, cuando ha sido necesario, y manteniendo una comunicación activa con los distintos grupos de interés para entender cómo podían verse afectados trabajadores migrantes y refugiados.

f) Protección social

POSIBILITAR EL BIENESTAR DE LOS TRABAJADORES EN LA CADENA DE SUMINISTRO

| ODS RELACIONADOS | GRUPOS DE INTERÉS PRINCIPALES |
|---|--|
|   | Pratham / Swasti / Istanbul Bilgi University / Çağdaş Türkiye'nin Gelecek Güvencesi / |
|   | |

La protección social se define como el **conjunto de políticas y programas diseñados para proteger y prevenir a los trabajadores de la vulnerabilidad** asociada al trabajo que desempeñan, situación o contexto, posibilitando así su bienestar y garantizando el respeto por sus Derechos Humanos.

Durante este año 2020 la protección social ha cobrado una especial relevancia ante los retos que se han presentado derivados de la covid-19. En este sentido, cabe recordar nuestro papel activo, junto a otros actores relevantes en la formulación y desarrollo de la **iniciativa Covid 19: Action in the Global Garment Industry** cuyo eje principal es la protección social.

➔ Más información en el apartado 2.1.2 b) Protección de los trabajadores de la cadena de suministro del presente Estado de Información No Financiera.

Paralelamente, además de nuestra colaboración en esta iniciativa, hemos seguido trabajando en las distintas líneas de acción englobadas en nuestra estrategia de protección social:

- Facilitar el acceso a una nutrición adecuada y a agua potable.

Queremos garantizar estos derechos universales para los trabajadores de nuestra cadena de suministro.

Además, nuestro Código de Conducta establece la exigencia a cargo de nuestros proveedores y fabricantes de proporcionar acceso a agua potable en las instalaciones. La formación impartida en esta materia a los proveedores y fabricantes, y a los propios trabajadores es clave para la consecución de estos derechos.

- Acceso a protección social y a beneficios sociales.

Nuestro objetivo es garantizar que los trabajadores estén cubiertos y tengan acceso a los beneficios y protección social necesarios independientemente del país en el que residan y trabajen.

- Aliviar la pobreza y prevenir el abandono escolar.

Para lograr este objetivo colaboramos con distintas organizaciones y entidades locales, como, por ejemplo, Sankalp en la India, o CYDD en Turquía. Contamos con un Plan de Remediación en caso de identificar casos de abandono escolar para contribuir a la economía familiar. También desarrollamos programas de prevención de este tipo de prácticas y fomento de la educación.

- Promover la salud y el bienestar personal de los trabajadores.

Buscamos la mejora de la salud e higiene de los trabajadores de manera global. El objetivo final es mejorar el bienestar físico y psicológico tanto de los trabajadores como de sus familiares. Para ello se realizan formaciones y diversas actividades.

ESTRATEGIA DE PROTECCIÓN SOCIAL EN LA CADENA DE SUMINISTRO



FACILITAR EL ACCESO A UNA NUTRICIÓN ADECUADA Y AL AGUA POTABLE



GARANTIZAR QUE TODOS LOS TRABAJADORES TIENEN ACCESO A BENEFICIOS SOCIALES, INCLUIDA LA SEGURIDAD SOCIAL



COLABORAR CON COMUNIDADES LOCALES, ALIVIAR LA POBREZA Y PREVENIR EL ABANDONO ESCOLAR



PROMOVER LA SALUD Y EL BIENESTAR PERSONAL DE LOS TRABAJADORES



SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN



COLABORACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS



TRABAJO CON LAS COMUNIDADES



FOCO CONSTANTE EN EL BIENESTAR DEL TRABAJADOR



g) Protección de los derechos laborales en la fabricación de materias primas

MEJORAR LOS DERECHOS HUMANOS Y LABORALES DE LOS TRABAJADORES DE LA CADENA DE SUMINISTRO DE MATERIAS PRIMAS A TRAVÉS DE INTERVENCIONES PROACTIVAS A NIVEL DE ENTORNO LABORAL, COMUNIDAD E INDUSTRIA

| ODS RELACIONADOS | GRUPOS DE INTERÉS PRINCIPALES |
|---|---|
|   | Organización Internacional del Trabajo / IPUD / Tata Institute of Social Sciences / Action for Social Advancement |
|  | |

A través del proceso de debida diligencia desarrollado, hemos detectado que **los trabajadores empleados en la fabricación de materias primas pueden ser especialmente vulnerables al enfrentarse a realidades distintas** a las que se enfrentan el resto de los trabajadores de nuestra

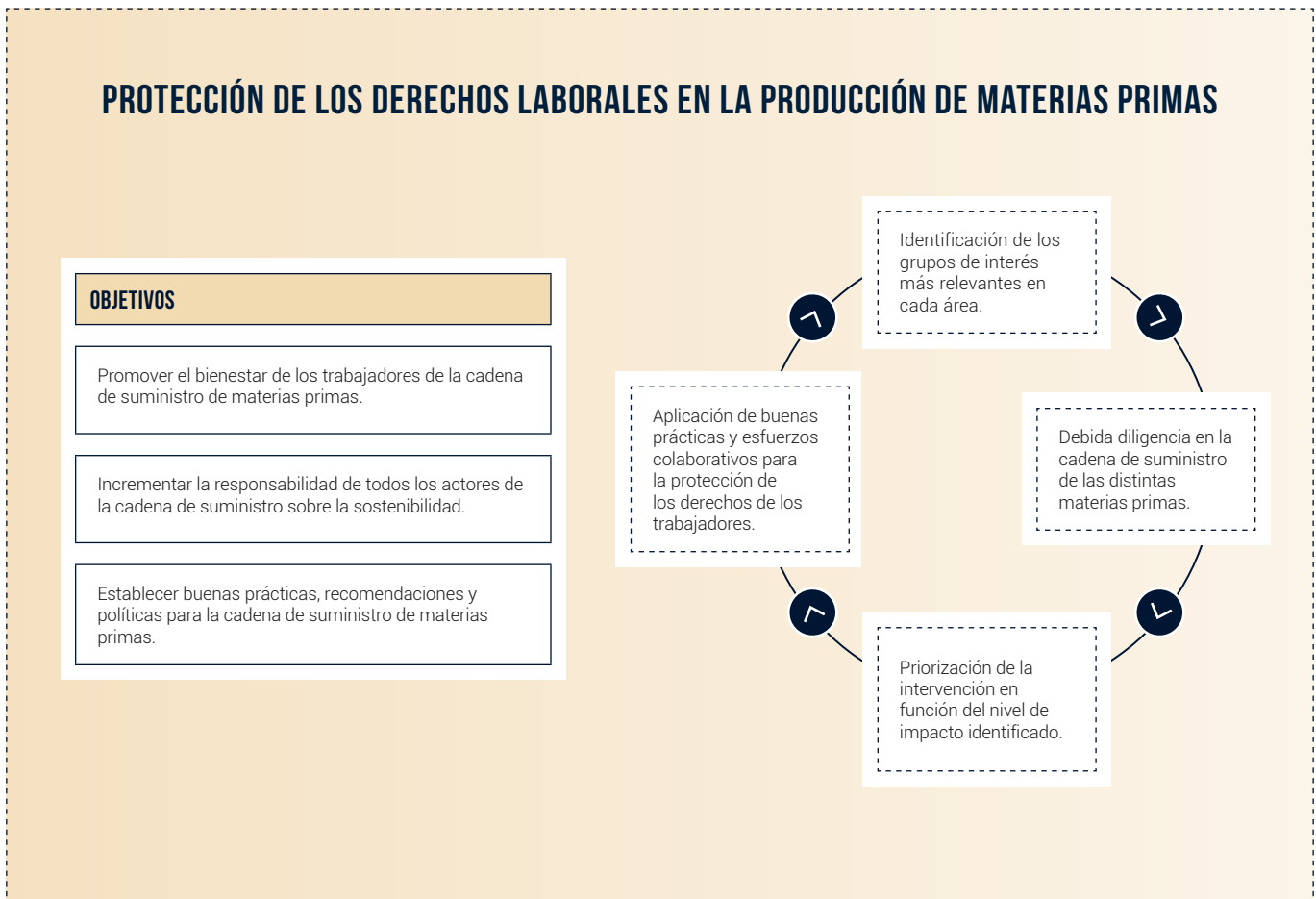
cadena de suministro. Esto es debido a entre otros factores, su lejanía con respecto a la fabricación del producto final, y el complejo contexto y estructura de las cadenas de suministro de la materia prima.

Es por ello, que, una vez más, **la colaboración a nivel sectorial con diversas organizaciones es imprescindible**. Por ejemplo, colaboramos con *Better Cotton Initiative*, *Textile Exchange*, *Organic Cotton Accelerator* o la Organización Internacional del Trabajo para potenciar la sostenibilidad de la cadena de producción del algodón.

La estrategia en esta materia se articula a través de las siguientes líneas de acción:

- Promover el bienestar de los trabajadores de la cadena de suministro de materias primas.

En esta esfera trabajamos con la Organización Internacional del Trabajo a través de un acuerdo público-privado, firmado en 2017. Su objetivo principal es **incrementar y promover el conocimiento de los Derechos Humanos y laborales fundamentales de los trabajadores de la cadena de suministro del algodón** y de las comunidades en las que operan. El proyecto se desarrolla en India, Pakistán, China y Mali. En 2020 hemos seguido avanzando en su implementación en colaboración con distintas organizaciones y grupos de interés.



- Incrementar la responsabilidad de todos los actores de la cadena de suministro de materias primas sobre la sostenibilidad, para que nuestras materias primas cumplan con todos los estándares.

Enmarcado en esta línea de acción, este último año hemos seguido desarrollando el proceso de debida diligencia correspondiente en el sector del cuero y la piel para poder hacer frente a los diversos desafíos en materia de Derechos Humanos que este presenta.

- Crear buenas prácticas y recomendaciones para la cadena de suministro de materias primas.

Contribuimos al desarrollo y creación de buenas prácticas con distintos actores y que puedan servir de referencia a todo el sector.

En estos dos últimos años se han publicado varios informes que denunciaban prácticas o incumplimientos en materia social en algunas regiones del centro de Asia en las que Inditex no opera. En Inditex analizamos seriamente cualquier información en referencia a prácticas abusivas o inadecuadas en cualquier eslabón de la cadena de suministro del sector textil, y ponemos en práctica los mecanismos necesarios para prevenirlas o, en su caso, remediarlas.

En 2020, con base en nuestro proceso de debida diligencia y en colaboración con diversas organizaciones, **hemos continuado trabajando para garantizar la ausencia de trabajo forzoso, hacia el cual tenemos un enfoque de tolerancia cero, así como para asegurar el cumplimiento de los distintos estándares internacionales y de nuestro Código de Conducta** para Fabricantes y Proveedores también en la cadena de suministro de las materias primas. Inditex ha desarrollado y aplica estrictas políticas y acciones

con el objetivo final de promocionar el respeto de los Derechos Humanos de todos los trabajadores de nuestra cadena de suministro.

Nuestro programa de auditorías, junto con los proyectos y programas enmarcados en nuestra estrategia de sostenibilidad social *Trabajador en el Centro 2019-2022*, así como la colaboración estrecha y permanente con determinados grupos de interés como *Ethical Trading Initiative*, *Better Cotton Initiative* o la OIT, refuerza nuestro compromiso con la prevención del trabajo forzoso. En este sentido, seguimos comprometidos con el proceso de participación y diálogo con las partes interesadas relevantes (tanto locales como internacionales) para identificar oportunidades para prevenir impactos negativos en la vida de los trabajadores.

Así, desarrollamos acciones en las siguientes áreas:

- En la comunidad. A través de la iniciativa Público-Privada con la OIT con foco en los Derechos Humanos y laborales en la cadena de suministro del algodón, que cubren los derechos y principios fundamentales en el trabajo, incluida la prevención del trabajo forzoso.
- A nivel industria. Según lo establecido en los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos y en colaboración con distintos grupos de interés, trabajamos para promover los Derechos Humanos y laborales de los trabajadores dentro de la cadena de suministro textil mundial.

Además, Inditex es firmante del *Uzbek Cotton Pledge*, cuyo objetivo es la erradicación del trabajo forzoso en la cadena de producción de algodón en Uzbekistán (<https://www.sourcingnetwork.org/uzbek-cotton-pledge>).



3.7. Circularidad

3.7.1. La circularidad en Inditex

Entendemos que avanzar hacia un **modelo de negocio sostenible** pasa por ofrecer a los clientes **productos éticos y responsables**, así como **ser más eficientes con los recursos**.

En Inditex tratamos de integrar la **economía circular** en todas nuestras actividades y operaciones: desde la eficiencia en nuestras oficinas, a nuestros productos, la logística o la gestión de los puntos de venta.

La **economía circular** permite lograr un crecimiento al tiempo que conserva los recursos naturales y promueve las energías renovables, y **representa una gran oportunidad de transformación, beneficiando tanto a las personas y al medio ambiente, como a las economías**.

La **economía circular** está presente en Inditex a través de las diferentes iniciativas que pretenden **cerrar el ciclo de vida de nuestros productos y de los materiales que utilizamos**. Nuestro objetivo es **transformar el concepto**

de residuo, para que se considere un recurso valioso que pueda ser recuperado y reintroducido como materia prima en los sistemas de producción. Además, buscamos desarrollar **técnicas de diseño** con las que extender la vida útil de los productos y materiales, reduciendo la generación de residuo, así como maximizar su potencial de reciclaje al final de su vida útil.



Nuestro objetivo es lograr un modelo de negocio circular con impacto social y ambiental positivo y generar un valor compartido entre Inditex y su entorno.

Para asumir un papel más activo y avanzar en cada uno de estos ámbitos, en Inditex hemos fijado una serie de **compromisos públicos** en materia de **sostenibilidad para 2020-2025**. A través de estos compromisos queremos avanzar con firmeza con el fin de eliminar y afrontar de manera efectiva las barreras

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

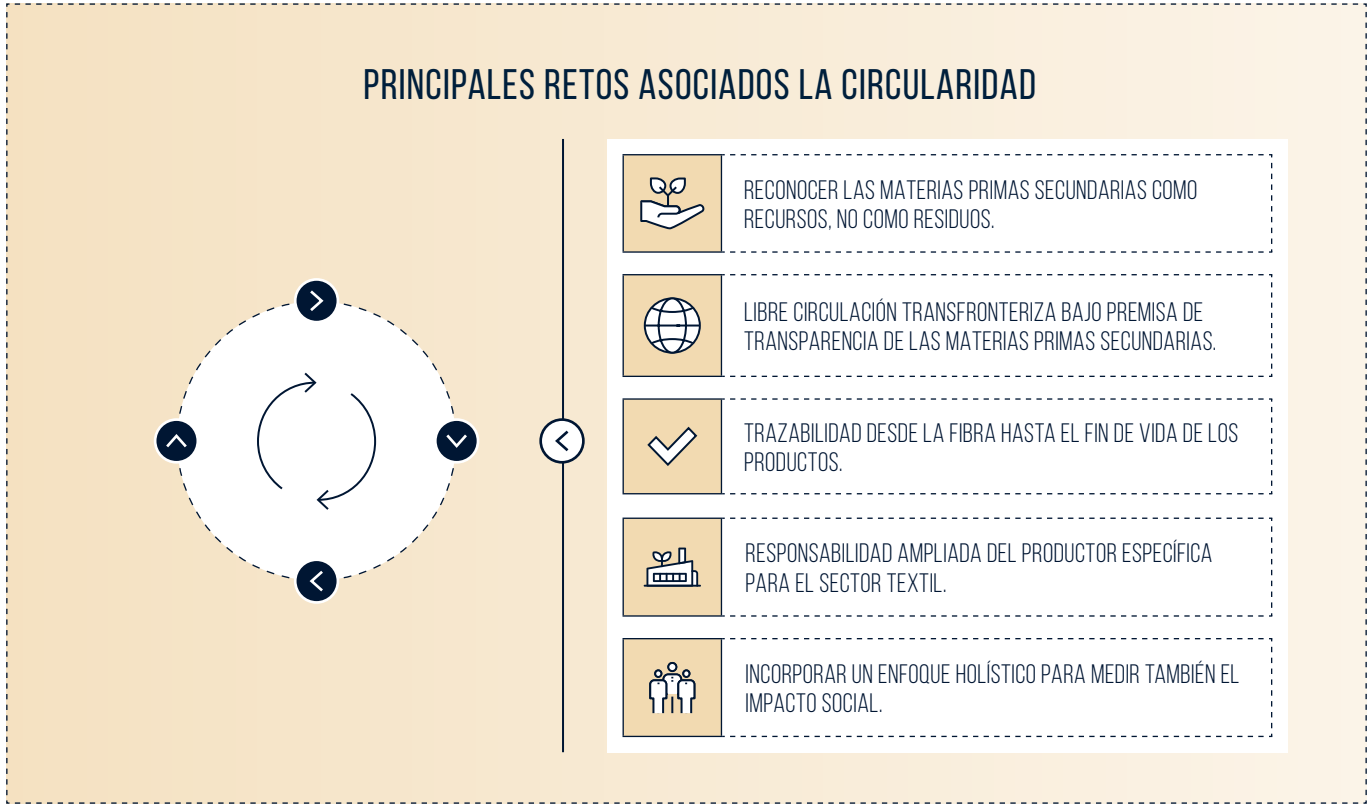
CIRCULARIDAD, SOSTENIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS, PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES, RELACION CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



a la **circularidad**, generando valor compartido entre Inditex y su entorno.

En Inditex trabajamos sobre este **modelo de economía circular** para reducir la dependencia de materias primas y recursos, mejorar la rentabilidad y competitividad y generar oportunidades de empleo. Creemos que, entre los diferentes requisitos relevantes para un modelo de recuperación circular en la industria textil, el diseño para una mejor circularidad y gestión de residuos, así como la recogida selectiva de residuos textiles, la clasificación y la infraestructura de reciclaje son elementos clave para desarrollar un proceso efectivo.

Creemos también que el **impulso hacia la circularidad debe ser un esfuerzo conjunto** de los consumidores, la industria y los distintos gobiernos. Trabajar en conjunto respaldará la producción y comercialización de productos sostenibles, creando un valor tangible y duradero para las personas y el planeta por igual. Por ello, en Inditex **aportamos nuestra visión y experiencia** en debates sobre temas prioritarios relacionados con la circularidad y tratamos de alinear posiciones con todos los grupos de interés relevantes, para promover la economía circular de forma conjunta. Así, abordamos esta cuestión tanto de forma colectiva, a través de asociaciones representativas del sector o con alianzas específicas, así como de forma individual.

3.7.2. Líneas principales de actuación



*En Inditex trabajamos sobre un **modelo de economía circular** para reducir la dependencia de materias primas y recursos, mejorar la rentabilidad y competitividad y generar oportunidades de empleo.*



a) Minimización del impacto en la cadena de suministro

Reducir el impacto en la cadena de suministro en relación a materiales, procesos y distribución es indispensable para cerrar el círculo y/o para apostar por la usabilidad. Esto sólo puede conseguirse mediante la eficiencia en los procesos, la sustitución de materias primas vírgenes y procesos por alternativas de menor impacto y la eliminación de ciertos materiales y procesos con impacto negativo.

En Inditex llevamos a cabo diferentes proyectos relacionados la reducción del impacto medioambiental en nuestra cadena de suministro, que se detallan a continuación:

PROYECTOS DE MATERIA PRIMA RECICLADA CON MENOR IMPACTO

PROGRAMAS T2T (TEXTILE TO TEXTILE)

POLIÉSTER RECICLADO

Programas t2t

EL OBJETIVO GENERAL DE ESTE PROYECTO ES RECICLAR RESIDUOS PROPIOS Y AVANZAR HACIA UN MODELO DE NEGOCIO CIRCULAR IMPULSANDO LA ESCALABILIDAD DEL RECICLAJE TEXTIL EN EL SECTOR. TRATA DE AMPLIAR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE RECICLAJE ELIMINANDO LAS LIMITACIONES ACTUALES SOBRE EL RECICLAJE DE RESIDUOS TEXTILES DE MEZCLAS, CONSIGUIENDO SOLUCIONES DE RECICLAJE DE TEXTIL A TEXTIL ECONÓMICAMENTE VIABLES, MEDIANTE EL USO DE RESIDUOS POST-INDUSTRIALES DE NUESTROS PROVEEDORES COMO MATERIA PRIMA, FACILITANDO LA DISPONIBILIDAD DE FIBRA RECICLADA.

Dentro de la iniciativa *Sustainability Innovation Hub* plataforma de innovación abierta basada en la vigilancia tecnológica colaborativa, nacen los **programas t2t** (*textile to textile*) con el objetivo de que el algodón reciclado sea el más utilizado.

 Más información en el apartado 4.2.2 Elección de los materiales, subapartado a) del presente Estado de Información No Financiera



Nuestro objetivo: crear en nuestra cadena de suministro una oferta de hilo de algodón reciclado de alta calidad y precio competitivo, basado en el propio residuo pre-consumo que generan nuestras producciones

INICIATIVAS DESTACADAS

T2TCR_ TEXTILE TO TEXTILE CHEMICAL RECYCLING

Se trata de la primera implementación piloto de *Sustainability Innovation Hub* centrado en el reciclaje químico, que se lanzó en diciembre de 2020. Sus objetivos son:

- Ampliar las nuevas tecnologías de reciclaje eliminando las limitaciones actuales sobre el reciclaje de residuos textiles de mezclas.
- Conseguir soluciones de reciclaje de *textile to textile* económicamente viables.
- Utilizar como materia prima residuos post-industriales de nuestros proveedores, no vendidos o tarados.
- Tener y dar acceso preferencial a fibra reciclada a nuestros proveedores.

T2TCR_ CHEMICAL RECYCLING BY IONIC SOLUTION

Con el apoyo de Inditex, la Universidad de Vigo está llevando a cabo una investigación de soluciones iónicas para la separación de componentes naturales de sintéticos en la mezcla de textiles (ej: algodón + poliéster). Nacido en el marco de la iniciativa MISTI (*MIT International Science Technology Initiative*), el proyecto cumple su cuarto año de desarrollo. En él trabajan en conjunto dos laboratorios y dos equipos multidisciplinares totalmente dedicados al proyecto (MIT + Universidad de Vigo).

T2T MR_ TEXTILE TO TEXTILE MECHANIC RECYCLING

En 2020 se han puesto en marcha circuitos de reciclaje mecánico de residuos de pre-consumo de algodón para recuperar y reciclar los residuos de corte de nuestras fábricas, para producir una fibra de algodón reciclada con alta calidad y precio competitivo.



Trabajamos para mejorar la reciclabilidad y biodegradabilidad de los productos y conseguir la reutilización de sus componentes.

Poliéster reciclado

INDITEX BUSCA USAR FIBRAS CUYO CONSUMO MINIMICE EL IMPACTO RESPECTO A OTRO TIPO DE FIBRAS. ENTRE ESAS FIBRAS SE ENCUENTRA EL POLIÉSTER RECICLADO.

Actualmente estamos investigando el proceso de fabricación del poliéster reciclado para definir una estrategia que permita garantizar el suministro de este material que tendrá ventajas importantes sobre el impacto asociado del producto en términos de reducción del consumo de combustibles fósiles y circularidad del PET, entre otros, pero además reducirá la demanda de materia prima virgen.



Nuestro objetivo: garantizar un suministro de rPET en tiempo y coste en línea con nuestro objetivo de 100% poliéster sostenible antes del 2025



b) Minimización del impacto en el uso de los productos

La reducción del impacto en el uso de productos trata de alargar su vida útil garantizando su calidad y mejorando su funcionalidad/usabilidad y reutilización. Acciones como escoger acabados que requieran menos mantenimiento (lavar, planchar, secar etc.), utilizar materiales resistentes, con mejores tinturas y acabados que traten de garantizar su durabilidad física, aumentar la versatilidad y la funcionalidad de los productos, o incrementar el vínculo emocional con las prendas vía personalización alargando su uso, entre otras muchas, se convierten en primordiales para reducir el impacto en la utilización de los productos y alargar su vida útil.

En Inditex llevamos a cabo diferentes proyectos relacionados la reducción del impacto medioambiental en el uso de nuestros productos:

PROYECTOS RELACIONADOS CON LA REDUCCIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL EN EL USO DE NUESTROS PRODUCTOS

OPTIMIZACIÓN DE LOS SISTEMAS Y ASOCIACIONES CON TERCEROS DENTRO DEL PROGRAMA *CLOSING THE LOOP* DE RECOGIDA DE PRENDAS USADAS

INVESTIGACIÓN DIRIGIDA A LA DEFINICIÓN DE MATERIALES QUE REQUIERAN MENOS MANTENIMIENTO

FORMACIÓN A LOS EQUIPOS COMERCIALES, BASADA EN MATERIAS PRIMAS MÁS SOSTENIBLES Y PROCESOS HÚMEDOS, PARA PROMOVER UN PRODUCTO MÁS SOSTENIBLE

INVESTIGACIÓN PARA PROMOVER UN MANTENIMIENTO CON MENOR IMPACTO

INVESTIGACIÓN PARA MEDIR Y REDUCIR LA LIBERACIÓN DE MICROFIBRAS EN EL LAVADO DE LA PRENDA

INVESTIGACIÓN PARA AUMENTAR LA USABILIDAD DE LAS PRENDAS



c) Minimización del impacto en el fin de vida

Tratamos de conseguir la reutilización de los componentes de los productos, su reciclabilidad y su biodegradabilidad. Para ello, es esencial reducir la complejidad de los materiales (cantidad y distribución), facilitar el desensamblaje e inculcar las mejores prácticas en el usuario.

En Inditex llevamos a cabo diferentes proyectos relacionados con la reducción del impacto medioambiental en el fin de vida de nuestros productos que se detallan a continuación:

| PROYECTOS RELACIONADOS CON LA REDUCCIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL EN EL FIN DE VIDA DE NUESTROS PRODUCTOS |
|--|
| PROGRAMA <i>ZERO WASTE</i> |
| PROGRAMA <i>GREEN TO PACK</i> |
| PROGRAMA <i>CLOSING THE LOOP</i> |
| FOMENTO DE LOS SISTEMAS DE IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LAS PRENDAS DEL PROGRAMA <i>CLOSING THE LOOP</i> EN FUNCIÓN DE SUS CALIDADES, COMPOSICIÓN Y COLOR EN COLABORACIÓN CON NUESTROS SOCIOS |
| EVALUACIÓN DE DISEÑO MONOMATERIAL MEDIANTE FORMACIÓN A DISEÑADORES |
| IMPULSO DEL DISEÑO CON COLORES RECICLABLES |

Programa *Zero Waste*

ESTE PROGRAMA ES UNA DE LAS INICIATIVAS DESARROLLADAS POR LA COMPAÑÍA PARA INTEGRAR EL CONCEPTO DE ECONOMÍA CIRCULAR EN NUESTRO MODELO DE NEGOCIO, CON LA QUE TRABAJAMOS PARA ALCANZAR NUESTRO COMPROMISO DE QUE EN 2023 NINGUNO DE LOS RESIDUOS PROCEDENTES DE NUESTRAS ACTIVIDADES EN SEDES, LOGÍSTICA Y TIENDAS ACABE EN UN VERTEDERO.

Este programa está diseñado para la **recuperación de los residuos** que se generan en nuestras instalaciones, realizando un correcto clasificado y su recogida y posterior reciclado por gestores autorizados. La correcta clasificación de los residuos en nuestras instalaciones es una tarea primordial del programa, pues se convierten así en nuevos recursos con los que elaborar nuevos productos. Hemos desarrollado dispositivos propios para optimizar la separación y compactación de dichos materiales, reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero asociadas a su transporte y mejorar la ergonomía durante la operativa.



Nuestro compromiso: en 2023 no se enviarán residuos procedentes de nuestras actividades en sedes, logística y tiendas a vertedero.





Llevamos a cabo distintas iniciativas para integrar el concepto de economía circular en nuestro modelo de negocio.

Generación de residuos

A continuación, se presentan los valores absolutos de generación, durante los ejercicios 2020 y 2019, de residuos en las sedes, centros logísticos y fábricas propias (no se incluyen los datos generados en las tiendas⁽¹⁾):

| TIPO DE RESIDUO | 2020 KG | 2020 % | 2019 KG | 2019 % |
|------------------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|
| CARTÓN Y PAPEL | 10.974.962 | 59,39% | 14.662.698 | 62,79% |
| MADERA | 3.438.309 | 18,61% | 3.769.554 | 16,14% |
| OTROS RESIDUOS NO PELIGROSOS | 2.771.796 | 15,00% | 3.182.099 | 13,63% |
| PLÁSTICO | 863.627 | 4,67% | 892.516 | 3,82% |
| RESIDUO TEXTIL | 302.785 | 1,64% | 498.217 | 2,13% |
| METAL | 67.747 | 0,37% | 267.715 | 1,15% |
| RESIDUOS PELIGROSOS | 58.813 | 0,32% | 78.479 | 0,34% |
| TOTAL | 18.478.038 | 100% | 23.351.279 | 100% |

El destino de estos residuos ha sido el siguiente, en función de su tratamiento:

| DESTINO RESIDUOS NO PELIGROSOS | 2020 KG | 2020 % | 2019 KG | 2019 % |
|--------------------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|
| RECICLAJE | 16.582.699 | 90,03% | 20.903.595 | 89,82% |
| VALORIZACIÓN ENERGÉTICA | 238.426 | 1,29% | 321.323 | 1,38% |
| VERTEDERO | 1.598.100 | 8,68% | 2.047.882 | 8,80% |
| TOTAL | 18.419.226 | 100% | 23.272.800 | 100% |

| DESTINO RESIDUOS PELIGROSOS | 2020 KG | 2020 % | 2019 KG | 2019 % |
|-----------------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| RECICLAJE | 48.547 | 82,55% | 71.613 | 91,25% |
| VALORIZACIÓN ENERGÉTICA | 976 | 1,66% | 1.329 | 1,69% |
| VERTEDERO | 9.290 | 15,80% | 5.538 | 7,06% |
| TOTAL | 58.813 | 100% | 78.479 | 100% |

(1) Información sobre los residuos generados en tiendas propias no disponible con el nivel de desglose requerido en los sistemas de la compañía. Inditex cuenta con varios proyectos en marcha con el fin de poder reportar esta información en futuros ejercicios de reporte.

Asimismo, asociados a nuestros productos, se ponen en el mercado **materiales de envase y embalaje** (bolsas, etiquetas y elementos protectores) que son gestionados por los Sistemas Integrados de Gestión de Envases y Embalajes disponibles en los mercados en los que

operamos. Esto supone que cada una de nuestras marcas abona a un ente gestor autorizado sin ánimo de lucro por cada mercado (por ejemplo, en España, Ecoembes), el coste que supone la recogida y gestión de los envases y embalajes puestos a disposición de los clientes.

INICIATIVAS DESTACADAS

RESIDUOS REUTILIZADOS O RECICLADOS

Los residuos generados por el Grupo se canalizan a través de los circuitos de recogida propios y son tratados por gestores legalmente autorizados, fomentando su reciclaje o su recuperación, convirtiéndolos en nuevos recursos materiales.

Durante el ejercicio 2020, el 91,30% de nuestros residuos de papel, cartón, madera, plásticos, metal y restos textiles principalmente, generados en las sedes, centros logísticos y fábricas de Inditex, fueron enviados a reutilización y reciclaje a través de los circuitos mencionados (91,21% y 88,09% de residuos en 2019 y 2018, respectivamente), evitando de esa forma el uso de materia prima virgen.

Nuestra actividad de reciclaje y reutilización abarca otros muchos ámbitos. Así, por ejemplo, se reutilizan las alarmas, de las que se recogieron 1.074 millones en el último ejercicio (1.302 y 1.201 millones de unidades en 2019 y 2018 respectivamente).

PERCHA ÚNICA

El Proyecto Percha Única consiste en el desarrollo de una única percha para el transporte de las prendas desde los proveedores textiles a las tiendas y su posterior exposición en la zona de venta. Durante el ejercicio 2020 hemos implantado el proyecto en Zara Señora y se ha iniciado en Caballero y Niño, donde quedará implantado en la campaña de Primavera/Verano 2021. Además, hemos unificado modelos y materiales de perchas, lo que nos lleva a una mejora en la trazabilidad y capacidad de reutilización y reciclaje.

En 2020 se han recuperado de las tiendas 61,8 millones de perchas convencionales, (115 millones de perchas en 2019, 120 millones de perchas en 2018). La reducción en el número con respecto al año anterior se debe al avance en la implantación del proyecto de percha única, que supone la retirada progresiva de la percha convencional.

En línea con lo anterior, el residuo de las perchas antiguas descartadas no se está desperdiciando, sino que se está retirando para darle un segundo uso con la creación de nuevos elementos que el Grupo vuelve a utilizar en nuevos productos. Por ejemplo, nuestras perchas se están utilizando en la fabricación de navets (hilo de plástico que se utiliza para la fijación de etiquetas a las prendas) 100% reciclados.

FORMACIÓN

La reducción en origen y mejora del reciclaje también está presente en la formación de nuestros empleados. A lo largo de 2020, se han impartido formaciones en materia de gestión de residuos para 1.397 trabajadores (1.905 y 1.233 trabajadores en 2019 y 2018, respectivamente). Como apoyo de estas formaciones, se ha desarrollado un proyecto piloto en la sede de Inditex con una aplicación web en la que los empleados pueden consultar el destino de cada residuo, dependiendo de la tipología de contenedor que esté disponible en cada una de las áreas.

Programa Green to Pack

NUESTRO PROGRAMA GREEN TO PACK ESTABLECE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DE NUESTROS EMBALAJES, POSIBILITANDO LA INTRODUCCIÓN DE MATERIALES RECICLADOS, ALARGANDO SU VIDA ÚTIL Y FACILITANDO SU POSTERIOR RECICLADO. DE ESTA FORMA MEJORAMOS LA CALIDAD DE NUESTROS EMBALAJES Y LOGRAMOS REDUCIR EL CONSUMO DE RECURSOS A LA VEZ QUE OPTIMIZAMOS EL TRANSPORTE.



Nuestro objetivo: lograr que el 100% del packaging sea reutilizado o reciclado en la cadena de suministro



INICIATIVAS DESTACADAS

CAJAS DE CARTÓN

A través de *Green to Pack*, continuamos mejorando la calidad de las cajas de cartón que transportan nuestras prendas desde los proveedores, priorizando el uso de materiales reciclados y alargando su vida útil. Estas contienen un 64% de cartón reciclado procedente del mercado y pueden ser utilizadas hasta cinco veces antes de ser enviadas a reciclar. El cartón obtenido del proceso de reciclado de las cajas *Green to Pack* se utiliza, entre otras aplicaciones, para la fabricación de las cajas de los envíos *online* de Zara. Además, con el fin de reducir la cantidad de materiales, este año hemos aumentado en 8 puntos porcentuales el uso de sobre de papel frente a las tradicionales cajas, en los envíos *online* de Zara.

Todas las marcas del Grupo forman parte del programa y cada vez son más mercados los que se unen. En la actualidad el programa está implantado en Bangladés, Camboya, India, China Continental, Myanmar, Pakistán, Portugal, Turquía y Vietnam, uniéndose este último año Marruecos, Túnez y Egipto. En 2020 se han adquirido más de 16 millones de cajas certificadas a través de 1.196 proveedores. (14.740.028 cajas certificadas a través de 827 proveedores en 2019)

Este año hemos optimizado los embalajes de las 45.000 cestas de Navidad que entregamos, trabajando con nuestros proveedores en mejorar las fases previas de producción, paletizado y transporte. Los artículos se envían en palets a granel, evitando los embalajes en packs o individuales. Así, reducimos los embalajes y facilitamos las tareas realizadas en las líneas de producción y conseguimos disminuir el plástico en un 65%, el cartón en un 80%, y ahorramos 60.000 metros de precinto, asegurándonos que todos los materiales de los artículos que contiene la caja sean reciclables. Además, como veníamos haciendo en años anteriores, continuamos elaborando la caja con material reciclado procedente de nuestras instalaciones.

PLÁSTICO

A lo largo del ejercicio 2020, todas las marcas del Grupo han culminado el cambio de bolsas de plástico a bolsas de papel en tienda y han eliminado el plástico de los pedidos *online*, que ya no disponen de la bolsa exterior. Gracias a ello, hemos cumplido con nuestro compromiso de eliminar las bolsas de plástico en todas las marcas del Grupo en 2020

Nuestro compromiso: eliminar los plásticos de un solo uso dirigidos al cliente para 2023

Inditex quiere llegar a reutilizar o reciclar todos los plásticos que se utilizan en su actividad, e introducirlos de nuevo en la cadena de suministro. En línea con esta visión, nos hemos adherido al compromiso global *New Plastics Economy* a 2025, impulsado por la Fundación *Ellen MacArthur* (EMF), en colaboración con *United Nations Environment*. El compromiso promueve que todos los plásticos que utilizamos en nuestra actividad puedan ser reutilizados o reciclados de tal manera que sean reintroducidos en el circuito, a la vez que se reduce la cantidad de plásticos de *packaging* innecesario y se incrementa el contenido de porcentaje reciclado en dichos materiales.

Con la iniciativa *New Plastics Global Economy Commitment*, nos hemos comprometido en llevar a cabo en los próximos 5 años las siguientes acciones:

- Eliminar el embalaje problemático e innecesario
- Pasar de modelos de embalaje de uso único a los modelos de reutilización
- Conseguir un 100% de embalaje plástico reusable, reciclable o compostable
- Aumentar el contenido de embalaje reciclado post-consumo

Además, participamos en la iniciativa *Ocean Pillar a 2025 y 2030*, impulsado por *The Fashion Pact*. Su objetivo es reducir significativamente los impactos de los envases y embalajes sobre los océanos y se centra en dos acciones:

- Eliminación de embalajes de plástico innecesarios en 2025 a clientes y en 2030 en la cadena de suministro
- Al menos la mitad de todos los embalajes plásticos con contenido 100% reciclado en 2025 a nuestros clientes, y en 2030 en la cadena de suministro.

Para alcanzar estos compromisos, la acción conjunta y la innovación tienen un papel esencial. El objetivo es crear un ecosistema donde compartir experiencia y conocimiento en mejoras de *packaging* en un entorno pre-competitivo, permita el desarrollo del sector, y donde se crea un punto de encuentro único con las *startups* más innovadoras en *packaging*.

En línea con nuestro objetivo de eliminación de plásticos de un solo uso a clientes en 2023, y gracias al gran desempeño de nuestro equipo de diseño de producto y de innovación, durante el ejercicio 2020 se han realizado múltiples acciones en todas las cadenas y secciones, de eliminación, reducción o sustitución de plásticos de un solo uso a clientes.

Algunas líneas de acción más destacadas son:

- **Zara** ha eliminado o sustituido elementos plásticos en todas las secciones y departamentos en más de 100 millones de unidades, destacando el avance realizado en el departamento de complementos. **Pull & Bear** ha sustituido el 100% de las tarjetas de plástico a clientes (regalo o abono) por otras de cartón y todas las perchas que se fabrican son ya 100% recicladas.
- **Zara Home** ha eliminado todas las bolsas de plástico de protección de las sábanas y junto con **Oysho**, **Stradivarius** y **Lefties** ha avanzado en la sustitución de plástico en caballetes y bolsas de packs. **Uterqüe** ya no entrega a clientes ningún plástico de un solo uso, alcanzando el objetivo ya en 2020.

Otras acciones relevantes han sido:

- Sustitución de la cinta de poliéster incluida en las cajas de zapatos de Zara por un lazo de papel.
- Sustitución de la bolsa obsequio de polipropileno que se envía en nuestros pedidos *online* de Zara por una bolsa tejida de 100% algodón.
- Desarrollo de un parche antimoho de un solo material que se incluye dentro del *packaging* para absorber la humedad. Sustituye al anterior parche, compuesto por una mezcla de materiales, para facilitar el reciclado.
- Fabricación de *navets* negros (hilo de plástico que se utiliza para la fijación de etiquetas a las prendas) de plástico 100% reciclado (el 90% procede del reciclaje de nuestras perchas).

Además, se han llevado a cabo diversas mejoras en nuestras operaciones, entre ellas:

- Sustitución de las bandejas de plástico para el calzado en los almacenes de las tiendas alcanzando las 600.000 unidades y más de 600 toneladas de plástico eliminadas.
- Utilización de lonas de plástico 100% reciclado para cubrir la mercancía en los envíos de carga aérea a nuestras tiendas.
- Aumentar el porcentaje de contenido reciclado post-consumo en las bolsas que usamos para recoger y clasificar el plástico en nuestros centros, que actualmente contienen un 100% de contenido reciclado post-consumo.
- Eliminación de envases de bebidas y de productos alimenticios de un solo uso en nuestras instalaciones propias.

Closing the loop

EN INDITEX QUEREMOS CERRAR EL CÍRCULO DE NUESTRO MODELO DE NEGOCIO (CLOSE THE LOOP) Y AVANZAR HACIA LA ECONOMÍA CIRCULAR O, LO QUE ES LO MISMO, DESARROLLAR UN CICLO DE VIDA COMPLETO Y EFICIENTE PARA NUESTROS PRODUCTOS, DE TAL MANERA QUE NINGUNO ACABE EN UN VERTEDERO.

Para alcanzar el cumplimiento de este compromiso, contamos con un programa de recogida propio que hemos denominado **Closing the Loop**. Se trata de una iniciativa con la que Inditex ofrece a sus clientes y empleados el mejor **canal de recogida de ropa, zapatos y complementos usados**, para darles una segunda vida o un nuevo uso y promover el cierre de ciclo del producto textil, evitando que terminen en un vertedero. Al mismo tiempo, gracias a ese proyecto se promueve el **empleo social** y la **colaboración con entidades sociales y del tercer sector**.



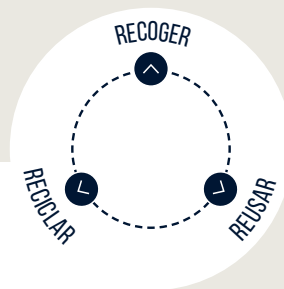
Nuestro compromiso: en 2020, el 100% de nuestras tiendas con contenedores de recogida de prendas usadas.

RECOGER, REUSAR, RECICLAR

Éstos son los tres ejes de nuestro Programa **Closing the Loop**, que busca alargar la vida útil de los productos textiles mediante su reutilización, cuando sea posible darles una segunda vida, o su reciclaje, cuando ya no puedan ser reutilizados:



Programa Closing the Loop



RECOGER

El programa *Take Back* es una iniciativa de Inditex para **recoger productos o materiales usados de los consumidores** para buscarles una alternativa al destino de vertedero (donación, reintroducción en el ciclo original de procesamiento y fabricación, etc.). Estamos implementando este programa en colaboración con organizaciones sociales y empresas de procesamiento de materiales y logística.

Durante el año 2020 hemos conseguido alcanzar el compromiso establecido por la Junta General de Accionistas en el año 2019, logrando que el **100% de nuestras tiendas cuenten con contenedor de recogida de ropa usada⁽¹⁾ (31% en 2019 y 18% en 2018)**. De este modo, el servicio queda disponible para que el cliente pueda depositar las prendas usadas o que ya no necesiten, en cualquier parte del mundo, evitando que las prendas puedan terminar en un vertedero.

A cierre del ejercicio 2020, el programa está implantado en **94 mercados en colaboración con 95 organizaciones sociales** diferentes (46 mercados y 45 organizaciones sociales distintas en 2019 y 24 mercados y 12 organizaciones sociales en 2018, respectivamente), con una clara visión de acción social local mediante la capacitación para el trabajo de personas en riesgo de exclusión. De esta forma contribuimos a la generación de empleo social y al desarrollo de la capacidad de clasificación y profesionalización de estas organizaciones.

Además, contamos con contenedores de recogida de ropa en nuestros **centros logísticos, sedes corporativas y fábricas propias** y también, de la mano de **Cáritas**, en España hemos puesto en marcha este programa con contenedores en calles de distintas ciudades, a disposición del cliente. En 2020 se han contabilizado un total de **2.090 contenedores** a cierre del ejercicio (1.856 contenedores a cierre de los ejercicios sociales 2019 y 2018).

El servicio de recogida también se encuentra **disponible desde la realización de pedidos online**, pudiendo solicitar una recogida de ropa, aprovechando la entrega a domicilio. Este servicio está instalado en España, numerosas ciudades de China, París, Londres y Nueva York, y se sigue trabajando para implantar el programa online en otros mercados representativos.

Las prendas recogidas se donan a **organizaciones sin ánimo de lucro** que las separan y clasifican para darles el mejor

destino. Hasta el último ejercicio, se firmaron **91 convenios de colaboración**, incluidos todos los convenios firmados con las distintas organizaciones sociales en todos los mercados⁽¹⁾.

COLABORACIÓN CON CÁRITAS

2020 representa el **cuarto año de ejecución del programa** para el fortalecimiento de la gestión del fin de vida de productos textiles en colaboración con Cáritas. Esta colaboración, dotada por Inditex con **7 millones de euros** para el periodo 2016-2022, se ha materializado en la creación por parte de Cáritas del **programa Moda Re-**. Este proyecto, dedicado a la **recogida y tratamiento de textiles usados para su valorización y reutilización**, tiene como objetivo final la generación de empleo para personas en situación de vulnerabilidad. A través del **apoyo de Inditex** a esta iniciativa de economía social, se han instalado 2.090 contenedores en España, se han recogido más de 61.000 toneladas de ropa, se han abierto o actualizado 24 establecimientos de venta de ropa de segunda mano y se han creado 360 puestos de trabajo, de los cuales 180 son puestos de inserción ocupados por personas en situación o riesgo de exclusión social.

REUSAR

Mediante la **colaboración con diferentes organizaciones sociales sin ánimo de lucro**, las **prendas donadas son**, en función de su estado, **reparadas, recicladas o comercializadas** para financiar los proyectos sociales de estas organizaciones. Desde 2015, a través de este programa se han donado **más de 62.000 toneladas de prendas, calzado y complementos** (49.479 y 34.157 toneladas al cierre del ejercicio 2019 y 2018, respectivamente).

RECICLAR

Las prendas recogidas que no se puedan reutilizar, se destinarán al reciclaje, dándoles así un **segundo uso para la elaboración de nuevas materias primas** que se puedan reintroducir de nuevo en el proceso de producción, reduciendo así el consumo de materias primas y la producción de residuos.

Para cerrar el ciclo de aquellas prendas que no permiten un segundo uso o de los restos derivados de la fabricación textil, trabajamos con **distintas organizaciones empresariales y universidades** que promueven la **innovación y el desarrollo de nuevas materias más sostenibles y tecnologías para el reciclado de los residuos textiles**.

(1) Se excluyen aquellas tiendas localizadas en mercados para los que no es posible la implementación de la iniciativa debido a la legislación y contexto locales.



Valorización de residuos de calzado y huella ambiental de materiales y productos

A través de Tempe⁽¹⁾ y en colaboración con los principales **Centros Tecnológicos del Calzado** en España, se han abierto líneas de investigación para encontrar **soluciones de valorización de residuos propios**, así como para calcular la huella ambiental de materiales y productos (calzado y complementos):

- En 2020 se realizó un **proyecto de Valorización de Residuos de Suelas de Calzado** en colaboración con el Centro Tecnológico del Calzado de la Rioja. Se trata de un proyecto demostrativo que buscaba valorizar suelas de caucho de zapatos procedentes de fabricaciones defectuosas y/o devoluciones en tienda con el objetivo de obtener caucho reciclado y maximizar su incorporación en nuevas suelas.
- En 2020 nos hemos adherido a dos **proyectos de cálculo de huella ambiental de materiales y producto** liderados por el Centro tecnológico del Calzado (INESCOP). Hemos participado en el proyecto ACV Shoes que busca analizar y demostrar la mejora

ambiental de los componentes de calzado sostenible frente a los utilizados convencionalmente, y servir de base para desarrollar soluciones eficientes de ecodiseño, fabricación y reciclaje, con el fin de obtener zapatos con una menor huella ambiental. En segundo lugar, hemos participado en el proyecto *Greenshoes4all* que tiene como objetivo implementar, demostrar y difundir la metodología de Huella Ambiental de Producto (PEF) para el calzado y desarrollar soluciones eficientes de ecodiseño, reciclaje y fabricación, con el fin de obtener zapatos con un PEF más bajo.

- Tempe se ha adherido a la **iniciativa Circular Industry CV** desarrollada por el Centro Tecnológico del Calzado Inescop, en colaboración con el Instituto Tecnológico del Textil (Aitex) y el Instituto Tecnológico del Producto Infantil y Ocio (AIJU) que pretende desarrollar y validar nuevos modelos de economía circular para la revalorización de residuos multicomposición de los sectores calzado, textil y juguete.

(1) Tempe es la sociedad en régimen de equivalencia del Grupo Inditex especializada en el diseño, fabricación y distribución del calzado y complementos para las cadenas del Grupo.



d) Concienciación del consumidor

En una economía circular, los consumidores desempeñan un papel crucial no solo en la toma de decisiones de compra, sino también por su papel en la reparación, el reciclaje o la reutilización de un producto. Inditex apoya el empoderamiento y la protección de los consumidores proporcionando un marco de comunicación armonizado.

Inditex se alinea firmemente con la iniciativa de la Comisión Europea de **comunicar información veraz** sobre las declaraciones de sostenibilidad de los productos, como una herramienta para capacitar al consumidor para que pueda tomar **decisiones** responsables y promover **modelos de consumo circular**, por medio de la **digitalización** y la **armonización de la normativa** entre Estados Miembros de la Unión Europea en cuanto al etiquetado.

Por encima de todo, en Inditex estamos convencidos de que las claves para **empoderar a los consumidores** son la **trazabilidad** y la **transparencia**. Definimos trazabilidad como la capacidad de identificar y rastrear el historial, aplicación, ubicación y distribución de productos, piezas y materiales (UN *Global Compact*, 2014), y transparencia como la divulgación de información al público que permite un entendimiento, accesibilidad, claridad y comparación comunes.

Zara ha publicado en su página web una **Guía para el cuidado de la ropa** a través de la cual ofrece a los usuarios consejos para mantener la calidad de las prendas y reducir el impacto en el uso.

Además, en las páginas web de las diferentes cadenas se incluye **información sobre el origen, impacto y características de los materiales más sostenibles**. Esta labor de divulgación pretende dar información a los usuarios para que vayan tomando conocimiento de las diferentes alternativas sostenibles disponibles en el mercado para, de este modo, promover un **consumo responsable**.

3.7.3. Otros proyectos de colaboración con terceros

MIT SPAIN - INDITEX CIRCULARITY SEED FUND

El Circularity Seed Fund MIT-Spain Inditex forma parte de MISTI Global Seed Funds. A través de una convocatoria anual de propuestas, el fondo apoya principalmente nuevas colaboraciones entre profesores y estudiantes del MIT y sus homólogos en universidades e instituciones de investigación en España.

En Inditex colaboramos con entidades de reconocido prestigio tales como el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) o Cáritas, entre otras, para **avanzar en procesos y tecnologías de reciclaje textil** que contribuyan a cumplir con nuestro eje estratégico de economía circular. En concreto, hemos superado el compromiso fijado para 2020 con la *Global Fashion Agenda* relativo a la **inversión de 3,5 millones de dólares (3.002.809 €) para financiar actividades relacionadas con el reciclaje textil**.

En 2020 se ha lanzado la **segunda edición trienal del MIT-Spain Inditex Circularity Seed Fund**, a través de su iniciativa MISTI (*International Science and Technology Initiatives*, por sus siglas en inglés), dando continuidad a la primera edición trienal (2017-2019) del *MIT-Spain Inditex Sustainability Seed Fund*. La finalidad del fondo en su segunda edición se centra en **financiar la investigación en áreas como:**

- Nuevas técnicas de reciclaje textil.
- Creación de nuevas fibras a partir de tecnologías sostenibles.
- Nuevas metodologías para mejorar el mantenimiento y alargar el uso de las prendas.
- Optimización de la biodegradabilidad de las prendas.
- Desarrollo de nuevos sistemas de traza a nivel de fibra.

Este fondo promueve la colaboración en materia de circularidad entre equipos de investigación de profesores y estudiantes en el MIT y sus homólogos en universidades e instituciones de investigación en España. Para esta segunda edición trienal, que cubrirá el periodo 2020-2022, **Inditex ha contribuido con un importe de 450.000 dólares (386.075€)**.

GLOBAL FASHION AGENDA: CALL TO ACTION

Global Fashion Agenda hace un llamamiento a las marcas de moda y a los minoristas para que tomen acciones sobre la circularidad.

Esta organización sin ánimo de lucro está detrás del evento empresarial líder sobre sostenibilidad en la moda, el **Copenhagen Fashion Summit**. Cada año, reúne a miembros de la industria, organismos multilaterales, asociaciones industriales, legisladores, etc. con el objetivo de **encontrar soluciones comunes para acelerar la sostenibilidad social y ambiental**.

En el *Copenhagen Fashion Summit* 2017, la *Global Fashion Agenda* pidió a la industria de la moda que actuara sobre la circularidad mediante la firma del 2020 **Circular Fashion System Commitment** (en adelante Compromiso 2020) como una forma concreta de convertir las palabras en acciones y acelerar la transición de la industria a un sistema de moda circular.

El **Compromiso 2020** ha sido firmado por 86 empresas, que representan el 12,5% del mercado mundial de la moda. De los 207 objetivos establecidos por sus 86 signatarios, casi dos tercios se han alcanzado con éxito.

En 2017 Inditex suscribió **cuatro compromisos** con la *Global Fashion Agenda* destinados a avanzar hacia la economía circular en cuatro ámbitos (el diseño, la recogida de prendas, la reutilización y el reciclaje). **Todos los objetivos se han cumplido al 100% en 2020:**

- Todos los diseñadores formados en circularidad.
- Contenedores para recogida de prendas en más de 2.000 tiendas.
- Colaboración con más de 40 ONGs locales para la recogida, la reutilización y el reciclaje de prendas.
- Inversión de 3.5 millones de USD (3.002.809 €) en reciclaje textil.

CIRCULAR FASHION PARTNERSHIP CON GFA, BGMEA AND REVERSE RESOURCES

Asociación abierta para unirse y facilitar las colaboraciones entre las principales marcas mundiales de moda, fabricantes de textiles y recicladores para desarrollar e implementar nuevos sistemas para capturar y dirigir los residuos de la moda de posproducción de vuelta a la producción de nuevos productos de moda, distinguiendo dos etapas: trazabilidad y recuperación de flujos de residuos y circulación de residuos de regreso a la cadena de valor.

En **Bangladés** se concentra de un **5% a un 7% de la producción textil mundial**, lo que lo convierte en el segundo país exportador de ropa a nivel mundial, sólo por detrás

de China. En 2018 casi un 12% de su producto interior bruto era del sector de la confección y las exportaciones alcanzaron un 83%. En este sentido, el país representa una gran oportunidad en términos de reciclaje de residuos textiles y transición hacia una economía circular.

En este contexto nace *Circular Fashion Partnership*, un **proyecto intersectorial liderado por Global Fashion Agenda** con *Reverse Resources* y BGMEA (la asociación de empleadores del país) como socios del proyecto, para **acelerar la transición a una industria de la moda circular**, mediante la demostración de un *Circular Fashion Business Case* en Bangladés, en colaboración con P4G.

Es un proyecto que **apoya el desarrollo de la industria del reciclaje** en Bangladés, capturando y dirigiendo los residuos de la moda de posproducción hacia la producción de nuevos productos de moda y buscando soluciones para cualquier acumulación de material.

Dos de las cadenas del Grupo, **Bershka y Pull&Bear** participan en el proyecto de reciclaje en Bangladés, involucrando a sus proveedores, de la mano de otras marcas, fabricantes y recicladores internacionales.

MAKE FASHION CIRCULAR

Make Fashion Circular reúne a líderes de la industria que comparten que, para la moda, todos los materiales (incluidos los materiales biológicos como la lana o el algodón) deben pasar primero por los ciclos técnicos de reutilización, reparación, reconstrucción y reciclaje. Cada vez más basada en energías y materiales renovables, una economía circular se basa en tres principios, todos dirigidos por el diseño: eliminar los desechos y la contaminación, mantener los productos y materiales en uso y regenerar los sistemas naturales.

Inditex se une a la iniciativa *Make Fashion Circular* desde su fundación como socio estratégico. En mayo de 2017 *Make Fashion Circular* se lanzó originalmente como la *Circular Fibers Initiative*, en el *Copenhagen Fashion Summit*. El objetivo de la iniciativa es **promover la colaboración y fomentar la innovación necesaria para avanzar hacia una economía circular en el sector textil**.

Dentro del marco *Make Fashion Circular*, Inditex ha participado en el desarrollo de una **visión común** de economía circular para la moda que hemos integrado en nuestra estrategia. La visión fue creada con el aporte de más de 100 expertos y tiene como objetivo crear un lenguaje común para la industria de la moda: *Used more, Made to be made again* y *Made from safe and recycled or renewable inputs*. Además, Inditex también ha participado en la elaboración de un primer borrador de la **Circular Design Guide for Fashion**, que se encuentra bajo revisión. En relación con esta guía, también colaboramos en el desarrollo de la Herramienta de Diseño de Productos, que tiene como objetivo aportar claves sobre cómo crear una amplia gama de productos de moda concebidos de acuerdo con los principios de la economía circular.

HUBS RECICLAJE EURATEX

Euratex se marca el objetivo de "convertir el problema de los residuos textiles en una oportunidad", recogiendo los deshechos textiles y procesándolos en la Unión Europea. Para ello, lleva a cabo la puesta en marcha de cinco hubs que trabajarán de manera coordinada para procesar deshechos textiles y materiales circulares en Europa.

Euratex es una organización europea con sede en Bruselas que representa a la industria textil y de la confección europea, y su objetivo principal es **crear un entorno dentro de la Unión Europea que sea propicio para la fabricación de productos textiles y de confección.**

Inditex ha colaborado con Euratex en el **desarrollo de una propuesta de creación de Hubs en Europa** para recoger, procesar y valorizar los residuos textiles. Dicha propuesta ha sido presentada a la Comisión Europea en noviembre 2020 con el apoyo, entre otras compañías, de Inditex. En España, Inditex colabora con el Consejo Intertextil Español en la definición de las características, necesidades y red de sinergias para el Hub de reciclaje español, englobado en el proyecto de Euratex.

KEEPING WORKERS IN THE LOOP WITH BSR

Proyecto global colaborativo que se propone mapear y explorar los impactos en el trabajo, oportunidades y calidad en la transición a un modelo de economía circular en la industria de la moda, con especial foco en Estados Unidos, India y Europa.

Inditex participa activamente en este proyecto, apoyado por la Fundación Laudes y liderado por *Business for Social Responsibility (BSR)*, en alianza con *CMS – Social Impact Specialists* - y economistas de la Universidad de Lincoln, que tiene como **objetivos**:

- Investigar para comprender cómo el cambio a la moda circular podría afectar las oportunidades laborales y a la calidad, así como las diferentes dinámicas en las comunidades de consumo y producción.
- Desarrollar escenarios futuros con colaboradores del proyecto para explorar cómo los impactos de la moda circular serán moldeados por cambios macro altamente inciertos como la automatización y la alteración del clima.
- Colaborar en la creación de recomendaciones para líderes de la industria de la moda, legisladores y otras partes interesadas clave para apoyar y promover modelos comerciales circulares que ofrezcan oportunidades de empleo dignas e inclusivas y sean resilientes frente a disrupciones externas.





4 Desarrollar

Entendido como el llevar a cabo acciones que satisfagan todo eso que esperan de nosotros: desde promover la reducción del uso de recursos y el impulso de la descarbonización más allá de nuestra cadena de valor; incrementar el uso de materias primas más sostenibles; proteger la biodiversidad y realizar una gestión sostenible de la cadena de suministro mediante diversas iniciativas y la aplicación de estrictos estándares.

4.1. Minimización del impacto ambiental en la cadena de valor

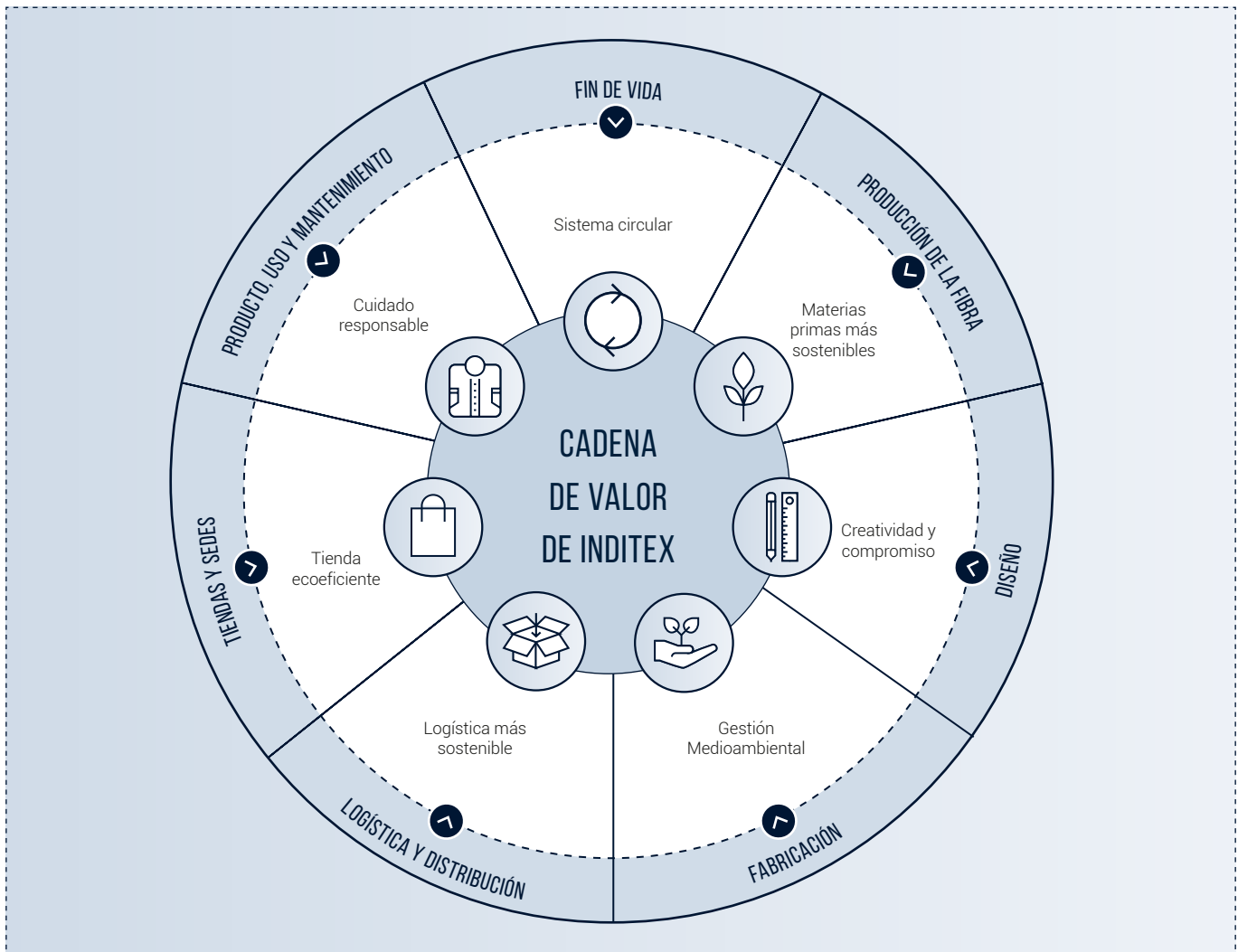
La presión sobre los recursos limitados del planeta y el reto del cambio climático requieren de una acción rápida y coordinada entre todos. En Inditex aplicamos **medidas multidisciplinares** para **proteger la biodiversidad y reducir nuestro impacto** en el consumo de agua y en el uso de recursos productivos y energéticos, en **toda nuestra cadena de valor**, siendo la **circularidad** una importante herramienta para avanzar hacia la descarbonización.

Habida cuenta de que la mitad de las emisiones totales de gases de efecto invernadero (en adelante, también GEI) y más del 90% de la pérdida de la biodiversidad y del estrés hídrico se deben a la extracción y la transformación de los recursos, continuamos avanzando en nuestra estrategia para alcanzar una **economía climáticamente neutra, eficiente en el uso de los recursos y competitiva**.

En Inditex estamos alineados con los objetivos establecidos en el **Acuerdo Climático de París**, que consisten en mantener nuestro planeta por debajo del límite de calentamiento global de 2 °C y proseguir los esfuerzos para limitarlo a 1,5 °C.

Nuestra [Política de Sostenibilidad](#), accesible en nuestra página web, recoge, entre otras cuestiones, los compromisos medioambientales de aplicación transversal en todas nuestras áreas de negocio y a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

 Más información en el apartado *Nuestra visión de la sostenibilidad*, del presente Estado de Información No Financiera.



ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

CAMBIO CLIMÁTICO: MINIMIZACIÓN DE LA HUELLA AMBIENTAL: PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES

6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

7 ENERGÍA ASESORABLE Y RENDICIÓN DE CUENTAS

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

13 ACCIÓN POR EL CLIMA

Principios que rigen la Política de Sostenibilidad en materia medioambiental

1. **Consideración de variables medioambientales y sociales**, en la planificación y desarrollo de sus actividades y en las de sus socios de negocio y proveedores, promoviendo la sensibilización medioambiental.
2. **Cumplimiento de la legislación** medioambiental aplicable, así como el de otras obligaciones que se puedan establecer.
3. Preservación del medioambiente desarrollando **acciones de mejora continua** (emisiones, consumo de recursos, sustancias químicas, residuos, etc.).
4. **Identificación de los posibles riesgos medioambientales** derivados de su actividad y su prevención.
5. **Difusión de la Política** entre todos los empleados y las sociedades integrantes del Grupo.
6. **Establecimiento de vías de comunicación fluida** con las autoridades, comunidades locales y otros grupos de interés.

De dicha Política derivan nuestras **tres estrategias** en materia medioambiental (Energía, Agua y Biodiversidad) que articulan los esfuerzos que realizamos para tratar de asegurar la mayor protección posible de los recursos medioambientales:



ESTRATEGIA GLOBAL DE ENERGÍA

Directrices para promover prácticas energéticas sostenibles.

 Más información en el apartado 4.1.2. *Nuestro enfoque sobre descarbonización y gestión de la energía* del presente Estado de Información no Financiera.



ESTRATEGIA GLOBAL DE GESTIÓN DEL AGUA

Directrices y actuaciones para impulsar una gestión sostenible del agua.

 Más información en el apartado 4.1.3. *Nuestro enfoque en la gestión del agua* del presente Estado de Información no Financiera.



ESTRATEGIA DE BIODIVERSIDAD

Directrices y acciones para promover la protección, conservación y el desarrollo de la biodiversidad en toda la cadena de valor de Inditex.

 Más información en el apartado 4.1.4. *Nuestro enfoque sobre biodiversidad* del presente Estado de Información no Financiera.

A estas estrategias debe sumarse el compromiso que asumimos con los productos forestales, que se recoge específicamente en nuestra **Política de Productos Forestales**.



POLÍTICA DE PRODUCTOS FORESTALES

Compromiso de proteger los bosques primarios y en peligro de extinción, constituyendo una guía para la selección y utilización de materias primas de origen forestal, asegurando que provengan de bosques gestionados de forma sostenible

El uso más eficiente de los recursos no es sólo **una máxima en nuestros productos** sino también en **nuestras instalaciones**: sedes, tiendas y centros logísticos. Para llevarlo a cabo, nos hemos marcado diversos objetivos, como el desacoplamiento de nuestro consumo energético y de las emisiones de GEI, la apuesta por las energías renovables o la eficiencia de nuestros envíos.

En el marco de la **campana Race to Zero**, iniciativa de la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, Inditex se ha comprometido a alcanzar la **neutralidad climática para el año 2050**. Esto quiere decir que para entonces deberá tener emisiones cero netas de GEI o que las que emitan a la atmósfera se compensarán con las que absorban sumideros naturales como océanos y bosques.



En 2020, Science-Based Targets (SBTi), aprobó nuestros objetivos de descarbonización.

De forma complementaria, durante el año 2020 hemos continuado trabajando en el marco de la **iniciativa Science-Based Targets (SBTi)**, que promueve el establecimiento de objetivos de descarbonización basados en la ciencia como una forma de impulsar la ventaja competitiva de las empresas en la transición hacia una economía baja en carbono. SBTi surge como una colaboración entre CDP, *World Resources Institute (WRI)*, *World Wide Fund for Nature (WWF)* y *United Nations Global Compact (UNGC)*, Pacto Global de las Naciones Unidas). Es también uno de los compromisos de *We Mean Business Coalition*.

En **agosto de 2020, SBTi aprobó nuestros objetivos de descarbonización** con base científica (o SBTs, por sus siglas en inglés). Los SBTs son objetivos voluntarios adoptados por las empresas para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero. Se consideran "basados en la ciencia" si están en consonancia con las acciones que las investigaciones científicas más recientes dicen que es necesario acometer para cumplir con los objetivos del Acuerdo de París. Concretamente, nos hemos comprometido a:



Reducir nuestras emisiones de alcances 1 y 2 en un 90% en 2030 respecto a 2018



Reducir nuestras emisiones de alcance 3 (en la categoría de Cadena de Suministro) en un 20% en 2030 respecto a 2018

SBTi ha definido estos objetivos como '**ambiciosos**', ya que las reducciones propuestas son más estrictas que las marcadas por las sendas de reducción de emisiones más ambiciosas disponibles hoy en día (1,5 °C para operaciones propias y 2D o 2 °C para cadena de suministro).

La formación de nuestros equipos es clave para poder implementar nuestras estrategias y poder avanzar en la consecución de nuestros objetivos. En 2020 hemos continuado impartiendo **formación a nuestros equipos en materia de sostenibilidad medioambiental** (*Seedtraining, Join Life Product, Zero Waste, formación técnica de producto, programa Closing the loop (Take Back)*, entre otros), en nuestras sedes corporativas, centros logísticos, fábricas y tiendas propias, tanto en España (donde se encuentra la sede de Inditex) como en numerosos mercados en los que nuestra Compañía tiene presencia, como es el caso de China, Japón, Turquía, Uruguay, India, México, Alemania, Argentina, Brasil, Bangladés, Australia, Colombia, Ecuador, USA y Panamá.

En total, 28.972 empleados han recibido formación en materia de sostenibilidad medioambiental desde 2014 (22.012 y 11.526 empleados al cierre del ejercicio 2019 y 2018, respectivamente).

Además de la formación, se han llevado a cabo **acciones de comunicación interna**, en las que se han tratado aspectos de sostenibilidad y circularidad, incluyendo algunos que trataban de guiar a nuestros empleados a llevar a cabo prácticas sostenibles desde sus casas (especialmente teniendo en cuenta que este año hemos tenido un periodo de confinamiento domiciliario).

4.1.1. Compromiso con iniciativas externas

En nuestro compromiso con la lucha contra el cambio climático, no solo utilizamos nuestros propios recursos para implantar medidas de mejora continua, sino que

también nos adherimos a **iniciativas externas** que nos permiten compartir **mejores prácticas** y alinearnos con **compromisos más ambiciosos**.

| INICIATIVAS EXTERNAS | |
|--|--|
| UNITING BUSINESS AND GOVERNMENTS TO RECOVER BETTER DE NACIONES UNIDAS | Inditex es una de las más de 150 empresas participantes en <i>Science Based Targets</i> que han firmado en 2020 una declaración instando a los gobiernos de todo el mundo a alinear sus esfuerzos de recuperación frente a la crisis provocada por la covid-19 y a prestar ayuda económica con los últimos avances de la ciencia en relación con el clima. |
| ALIANZA POR UNA RECUPERACIÓN ECONÓMICA SOSTENIBLE | Alianza impulsada por Ecodes y el Grupo Español de Crecimiento Verde, entre otros, para defender que las políticas de estímulos sean efectivas desde el punto de vista económico y social y, a su vez, estén alineadas con las políticas de sostenibilidad y biodiversidad. |
| BUSINESS AMBITION FOR 1.5°C DE NACIONES UNIDAS | Llamamiento urgente a la acción de una coalición mundial de organismos de las Naciones Unidas y de líderes empresariales e industriales para comprometerse a establecer objetivos ambiciosos de reducción de emisiones basados en la ciencia. |
| FASHION PACT | Somos miembros fundadores del <i>Fashion Pact</i> , iniciativa creada para impulsar la sostenibilidad medioambiental en los sectores textil y moda y cuyas principales líneas de actuación están dirigidas a la lucha contra el cambio climático, el cuidado de los océanos y la conservación de la biodiversidad. Además, se impulsa la participación de las empresas adheridas en otras iniciativas sectoriales complementarias y se favorece el desarrollo de aceleradores con los que ayudar a conseguir los retos establecidos. |
| FASHION INDUSTRY CHARTER FOR CLIMATE ACTION | Compromiso auspiciado por la Oficina de Cambio Climático de las Naciones Unidas que establece un objetivo inicial para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero de un 30% para 2030, que está en fase de revisión para alinearlos con los objetivos en base a la ciencia. A través de diferentes grupos de trabajo los firmantes trabajan definiendo los pasos para la implementación. |
| SUSTAINABLE APPAREL COALITION (SAC) | Con el ánimo de acelerar la transición hacia una industria más sostenible y competitiva, trabajamos en distintos foros y organizaciones como la <i>Sustainable Apparel Coalition</i> . Compartimos nuestras experiencias y aprendizajes, colaboramos en la creación de módulos destinados a la medición de impacto y promoción de buenas prácticas utilizadas (ej. el <i>Brand and Retail Module</i> o el <i>Facility Environmental Module</i>), participamos en el proyecto <i>Product Environmental Footprint</i> del sector textil de la Unión Europea y colaboramos activamente en el <i>Policy Hub</i> para acelerar la transformación circular del sector. |
| CDP | Desde hace más de 15 años Inditex participa en CDP, organización sin ánimo de lucro responsable de un sistema de divulgación global para inversores, empresas, ciudades, estados y regiones sobre información vinculada al impacto ambiental (cambio climático, gestión del agua y bosques). En 2020 Inditex ha sido reconocida con un nivel A- en su programa de cambio climático por su liderazgo en la divulgación de información y en su desempeño en la materia. |
| MIT CLIMATE AND SUSTAINABILITY CONSORTIUM (MCSC) | Dada la importancia de desarrollar vínculos entre empresas y científicos para lograr cambios eficaces en la lucha contra el cambio climático, Inditex se ha unido, junto con otras 12 empresas, al <i>MIT Climate and Sustainability Consortium</i> (MCSC), que inicia su andadura bajo la coordinación de la Escuela de Ingeniería del <i>Massachusetts Institute of Technology</i> (MIT), con los siguientes objetivos, entre otros: <ul style="list-style-type: none"> • Reducir barreras y costes de acceso a las mejores tecnologías y procesos medioambientales disponibles. • Fomentar la inversión directa más eficiente. • Ayudar a trasladar las mejores prácticas industriales a nuevos sectores a un ritmo superior que evite el avance de la crisis climática del planeta. |

Cabe mencionar otras iniciativas con las que Inditex colabora, tales como *Ellen MacArthur Foundation*, *Textil Exchange*, la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, *Better Work* o *Zero Discharge of Hazardous Chemicals* (ZDHC).

4.1.2. Nuestro enfoque sobre descarbonización y gestión de la energía

La energía es un componente clave en el sector de la moda, y su uso eficiente y con bajo impacto medioambiental forma parte del **enfoque de sostenibilidad** de Inditex. Somos conscientes del valor intrínseco de los recursos energéticos y de la necesidad de tener acceso a soluciones adecuadas en cada momento para asegurar un suministro estable y de calidad.

En Inditex creemos que cada uno de nosotros jugamos un papel relevante para conseguir un consumo energético eficiente. A comienzos de los años 90 desarrollamos nuestros propios **sistemas para optimizar y mejorar el consumo de energía** y reducir la emisión de gases de efecto invernadero de las sedes corporativas, los centros logísticos, las tiendas propias y las fábricas propias. Desde entonces, nuestro compromiso en este campo ha crecido de manera exponencial, al igual que nuestra actividad.

En 2020 hemos continuado avanzando, consiguiendo una reducción de 52,10% por euro de venta de las emisiones relativas de alcance 1 y 2 e impulsando las energías procedentes de fuentes limpias: el 81,08% de nuestro consumo eléctrico global en 2020.



Hemos conseguido que el 81,08% del consumo de electricidad en nuestras instalaciones (sedes, logística y tiendas) proceda de energía renovable en el año 2020, alcanzando ya nuestro objetivo a 2025

Desde Inditex trabajamos para preservar los recursos de agua dulce con programas que nos ayudan a reducir nuestro consumo de agua y a gestionar el agua que utilizamos de forma responsable. Con el **programa Care for Water**, enmarcado bajo el *Green to Wear 2.0*, promovemos el uso de **procesos de producción más eficientes** y de tecnologías que nos ayuden a reducir el consumo de agua y alcanzar un consumo excelente de agua dentro de nuestro estándar público.

i Más información en el apartado 4.3.2. Políticas, estándares y principios en los que basamos nuestra gestión de la cadena de suministro, subapartado b) del presente Estado de Información No Financiera.

El programa fomenta la **mejora continua de procesos de nuestros proveedores** y la inversión en nuevas tecnologías, lo que permite reducir el impacto de nuestros productos hasta alcanzar los límites establecidos. Estos límites son revisados periódicamente y se alinean con las **mejores técnicas disponibles** en el mercado de tal manera que aumente constantemente la ambición.

a) Estrategia Global de Energía

La **Estrategia Global de Energía** es uno de los pilares de nuestro compromiso con la sostenibilidad medioambiental, para promover el uso racional y eficiente de la energía en toda la cadena de valor, al tiempo que se reducen las emisiones de GEI y se ayuda a mitigar los riesgos asociados al cambio climático. Para conseguirlo se están incorporando fuentes de energía renovable en todos los procesos en nuestras instalaciones, y desde 2009, se ha desarrollado el programa de tienda ecoeficiente, que ha culminado en 2020.

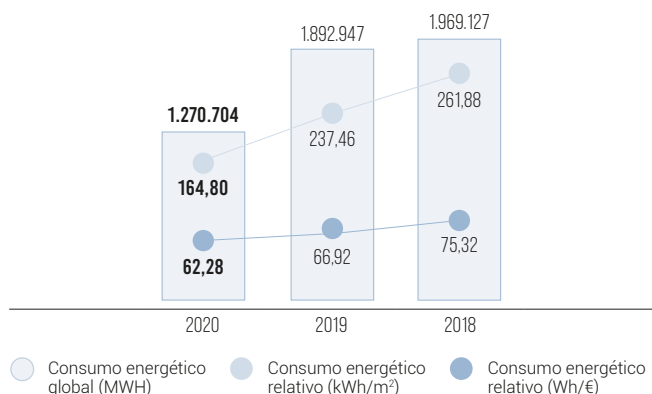
b) Consumo energético global

Durante el ejercicio 2020 el **consumo global de energía** de nuestras sedes corporativas, fábricas propias, centros logísticos y tiendas propias ha sido de 1.270.704 MWh⁽¹⁾ (1.892.947 y 1.969.127 MWh en 2019 y 2018, respectivamente). Continuando con nuestras medidas energéticas, hemos conseguido reducir un 6,93% el consumo relativo global de energía por euro de venta, respecto al año anterior.

Entre las **medidas de eficiencia energética** implantadas, cabe destacar la conexión de nuestras tiendas a la plataforma *Inergy*, que nos permite realizar una supervisión de su uso energético, con el objetivo de optimizar el consumo energético alcanzando una mayor eficiencia en nuestro uso de las energías y reduciendo nuestro impacto medioambiental; o la instalación de sistemas de climatización más eficientes también en nuestras tiendas.

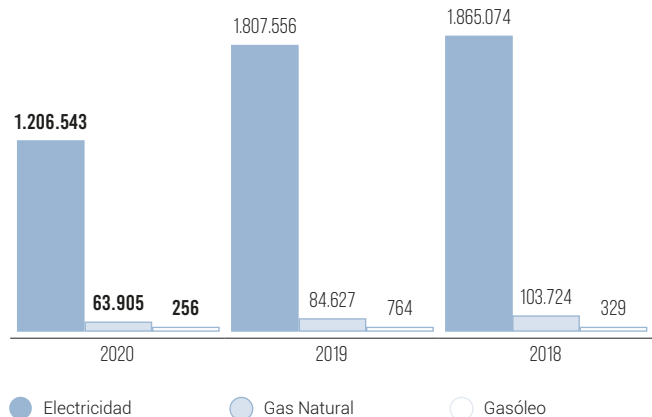
(1) El consumo eléctrico de tiendas ha sido calculado a partir de datos reales de la plataforma central de monitoreo. Para estimar los consumos medios se han considerado datos de 2.017 tiendas, siendo el 100% de las mismas ecoeficientes.

CONSUMO ENERGÉTICO GLOBAL (MWH) (*)



(*) Este indicador recoge toda la energía consumida en las fábricas propias, sedes, centros logísticos y tiendas propias de nuestro Grupo. El consumo de energía eléctrica de diciembre 2020 y enero 2021 ha sido estimado para algunos centros.

CONSUMO ENERGÉTICO GLOBAL (MWH) (*)



(*) El consumo de energía eléctrica de diciembre 2020 y enero 2021 ha sido estimado para algunos centros.

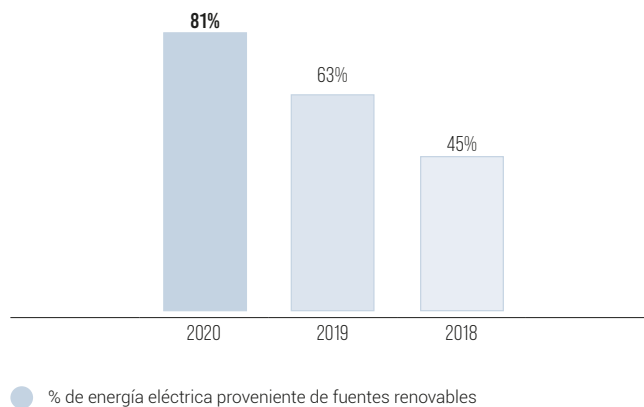
La energía utilizada procede principalmente de la red de suministro y, en menor medida, del consumo de gas natural y gasóleo.

c) Fuerte apuesta por las energías renovables

Seguimos apostando por las energías renovables mediante la generación y la compra de energía eléctrica de origen renovable. Invertimos en instalaciones propias de generación de energías renovables cuando es técnicamente viable, lo que nos lleva a disponer de instalaciones de energía solar térmica, fotovoltaica y energía eólica, así como instalaciones para el aprovechamiento geotérmico.

En 2020, el **81,08% de las necesidades eléctricas del Grupo fueron cubiertas con energía de origen renovable**. Esto supone un consumo total de 978.266 MWh, obtenidos de forma sostenible, en nuestras instalaciones situadas en España, Alemania, Austria, Bélgica, Brasil, China, Corea del Sur, Croacia, Estados Unidos, Francia, Grecia, Italia, Irlanda, México, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza y Turquía, evitando la emisión de más de 363.182 toneladas de GEI⁽²⁾ (1.144.020 MWh y 415.474 toneladas y 837.626 MWh y 274.554 toneladas en 2019 y en 2018, respectivamente).

PORCENTAJE DE ENERGÍA ELÉCTRICA PROCEDENTE DE FUENTES RENOVABLES (*)



(*) En el caso de los certificados de energía renovable, el periodo de los datos es año natural en vez de año fiscal (periodo temporal establecido en este informe).

A cierre del ejercicio, contamos con varias plantas activas con paneles fotovoltaicos con las siguientes potencias instaladas: 3MW en Lelystad, 1 MW en el parking de empleados en nuestros Servicios Centrales de Arteixo, 100 KW en el Edificio de Tecnología de Arteixo, 200 KW en el centro de Tempe 3, 200 KW en el centro de Tempe 3S y 100 KW en el Almacén de telas de Laracha. En 2020 generaron 1.373 MWh eléctricos (811 en 2019; 575 en 2018).

En algunas de nuestras instalaciones contamos con **plantas de cogeneración** que permiten la producción simultánea de calor y energía a partir de combustible bajo en carbono. Durante el ejercicio 2020, en estas plantas se generaron un total de 4.334 MWh de energía eléctrica y 6.679 MWh de energía térmica (7.785 MWh eléctricos y 11.002 MWh térmicos y 17.317 MWh eléctricos y 16.634 MWh térmicos en 2019 y en 2018, respectivamente).

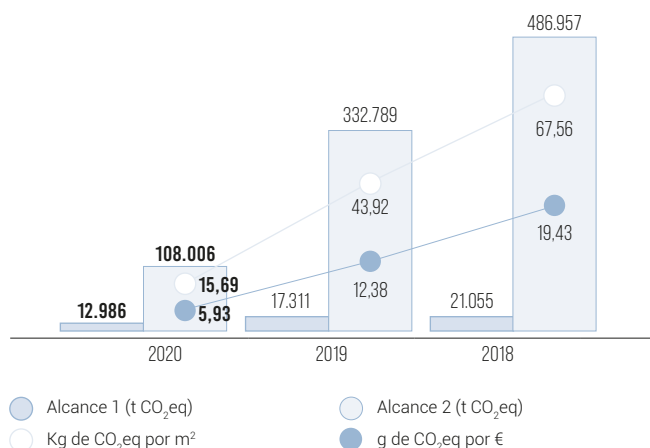
Asimismo, durante el ejercicio 2020, también se han generado 633 MWh de energía térmica a partir de instalaciones renovables en nuestras instalaciones mediante **geotermia** y **placas solares** (577 MWh y 329 MWh en 2019 y en 2018, respectivamente).

(2) Los factores de emisión aplicados al mix energético de cada uno de los países proceden de la herramienta GHG Protocol Tool for Purchased Electricity, Version 4.9 del World Resources Institute, 2017.

d) Emisiones de gases de efecto invernadero

El conjunto de las acciones puestas en marcha para fomentar la eficiencia energética, sumado a la materialización de nuestra apuesta por las energías renovables, ha permitido lograr una reducción del 52,10% por euro de venta de las emisiones relativas de alcance 1 y 2.

EMISIONES DE GEI DE ALCANCE 1 Y 2 (T CO₂EQ)^(*)



(*) El dato de Alcance 2 está calculado mediante el método market-based siguiendo la guía de GHG Protocol para el cálculo de Alcance 2, World Resources Institute (WRI), 2015. Debido a los factores de emisión empleados, el dato aportado coincide con el dato calculado por el método located-based.

Las **emisiones de alcance 1** corresponden a las emisiones directas asociadas a fuentes que están bajo el control directo del Grupo Inditex (combustión en calderas, vehículos, etc.) e incluyen también emisiones fugitivas (fugas de equipos de aire acondicionado). Las **emisiones de alcance 2** son las emisiones indirectas asociadas a la generación de electricidad adquirida y consumida por el Grupo Inditex.

Las **emisiones de alcance 3** corresponden a otras emisiones indirectas asociadas a la cadena de producción de bienes y servicios, su distribución y comercialización fuera de la organización.

EMISIONES DE GEI DE ALCANCE 3^(*)

| | 2020 (Tn CO ₂ eq) | 2019 (Tn CO ₂ eq) | 2018 (Tn CO ₂ eq) |
|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| SCOPE 3 - BUSINESS TRAVEL | 4.246 | 47.228 | 49.425 |
| SCOPE 3 - FRANCHISES | 80.440 | 122.671 | 129.710 |
| SCOPE 3 - UPSTREAM (INBOUND) | 616.125 | 754.040 | 676.642 |
| SCOPE 3 - UPSTREAM (OUTBOUND) | 700.451 | 936.462 | 926.764 |

(*) Los indicadores descritos sobre emisiones de alcance 3 se han visto afectados por el cierre de nuestras tiendas y sedes durante varios meses a lo largo del año, así como por el fomento del teletrabajo, debido a la crisis sanitaria de la covid-19.

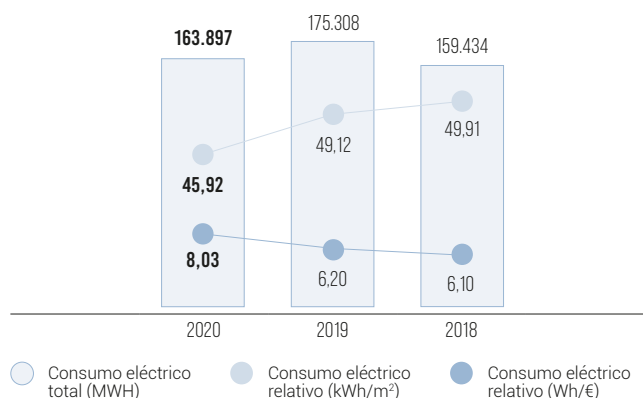
e) Gestión de la energía

La apuesta por las energías limpias y la implantación de modelos de gestión circular en nuestras sedes y centros logísticos son los pilares de nuestro Sistema de Gestión Ambiental.

Eficiencia en centros logísticos propios, fábricas propias y sedes

La ecoeficiencia es una prioridad en todas las instalaciones del Grupo, y para ello se realizan importantes inversiones en esta materia de cara a cumplir con los estándares reflejados en la **Instrucción para la Correcta Gestión Ambiental** para que todas nuestras sedes y plataformas sean ecoeficientes. Su gestión diaria promueve el fomento de las buenas prácticas entre nuestros empleados, lo cual permite obtener un control del consumo de los recursos y aplicar medidas para su reducción.

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN CENTROS LOGÍSTICOS PROPIOS, SEDES PROPIAS Y FÁBRICAS PROPIAS (MWH)^(*)



(*) El consumo de diciembre 2020 y enero 2021 ha sido estimado para algunos centros.

Certificaciones LEED en centros de distribución y sedes

Con el fin de garantizar que nuestras instalaciones cumplen con los requisitos más vanguardistas en materia de construcción sostenible, desde 2009 certificamos nuestras instalaciones más emblemáticas bajo los **estándares de mayor prestigio en construcción sostenible**⁽³⁾.

(3) Certificaciones que se encuentran vigentes.

CERTIFICACIONES LEED EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y SEDES

| | |
|--|--|
| 1 CERTIFICADO LEED PLATINO | CENTRO DE PROCESADO DE DATOS DE INDITEX EN ARTEIXO |
| 9 CERTIFICADOS LEED ORO | NUEVA SEDE DE SERVICIOS CENTRALES DEL GRUPO INDITEX EN ARTEIXO |
| | OFICINAS DE ZARA LOGÍSTICA |
| | COMEDOR DE ZARA LOGÍSTICA |
| | SEDE DE PULL&BEAR |
| | PLATAFORMA LOGÍSTICA DE CABANILLAS |
| | SEDE DE MASSIMO DUTTI |
| | CENTRO LOGÍSTICO DE MASSIMO DUTTI |
| | SEDE CENTRAL DE OYSHO |
| | SEDE DE STRADIVARIUS |
| 1 CERTIFICADO LEED CI CERTIFIED | SERVICIOS CENTRALES DEL GRUPO INDITEX EN ARTEIXO (FASES I, II Y III) |

Además, en el ejercicio 2020 se mantuvo la certificación de la norma internacional ISO 50001 en el Centro de Procesado de Datos de Inditex en Arteixo, que certifica su gestión energética y favorece el uso más eficiente y sostenible de la energía.

Sistema de Gestión Ambiental

La apuesta por las **energías limpias** y la implantación de **modelos de gestión circular** en nuestras sedes y centros logísticos son los pilares de nuestro Sistema de Gestión Ambiental (en adelante, "SGA"), que se encuentra certificado bajo la **norma internacional ISO 14001**. Durante el año 2020, hemos conseguido la citada certificación para el almacén de tejidos (en A Laracha, España) y para la Plataforma Logística de Lelystad (Países Bajos), que llevan en funcionamiento desde el ejercicio 2019.

De este modo, **el SGA queda implantado en todos los centros logísticos, sedes corporativas y fábricas propias de la Compañía**. Contamos con un equipo de 27 personas (25 en 2019 y en 2018) que realiza un seguimiento y evaluación de la correcta implantación del SGA y de la prevención de los riesgos ambientales asociados a estos centros.

Durante los ejercicios sociales 2020 y 2019, el Grupo Inditex no ha registrado a través de los canales disponibles ninguna sanción o multa significativa por la vulneración de la normativa medioambiental y no cuenta con instalaciones en áreas protegidas.

Política de Control y Gestión de Riesgos

Por su parte, nuestra Política de Control y Gestión de Riesgos, aprobada por el Consejo de Administración el 9 de diciembre de 2015, y modificada el 14 de diciembre de 2020, **establece los principios básicos, factores de riesgo clave y el marco general de actuación para la gestión y control de los riesgos que afectan al Grupo**. El ámbito de aplicación de dicha Política se extiende a todo el Grupo y es la base de un Sistema Integrado de Gestión de Riesgos. En el marco de la Política de Control y Gestión de Riesgos, las unidades de negocio funcionan como primera línea de defensa en la gestión y control de los diferentes riesgos a los que está expuesto el Grupo, incluidos los relacionados con la climatología.

Teniendo en cuenta nuestra actividad, el Grupo no tiene **responsabilidades, gastos, activos ni provisiones o contingencias de naturaleza medioambiental** que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados de la Compañía. Por este motivo, no se incluyen tales desgloses específicos en el presente informe.

Oficinas sostenibles

Nuestras oficinas son una extensión de nuestra filosofía: pensar y actuar de forma responsable y sostenible para generar valor compartido y avanzar hacia una economía circular.

En Inditex contamos con el Manual de Buenas Prácticas Medioambientales de Oficina para guiar en el comportamiento responsable en las mismas. Es una invitación a todo el personal del Grupo para marcar una diferencia en su puesto de trabajo en distintos ámbitos (energía y cambio climático, agua, biodiversidad y materiales y residuos) con pequeños gestos diarios.

Restaurante 360°

Inditex cuenta con 4 comedores bajo la filosofía Restaurantes 360°.

Estos comedores sirvieron más de 2.800 comidas diarias, con un promedio del 74% de la compra de KM 0 (cuya materia prima proviene de un radio inferior a 100 km de distancia del consumidor) lo que impulsa variedades y razas autóctonas, asegura una gestión sostenible del agua y suelo a la vez que reduce la huella de carbono y el impacto sobre el clima (4.000 comidas y 65% de compra de KM 0 en 2019, 1.700 comidas y 65% de compra de KM 0 en 2018 respectivamente).

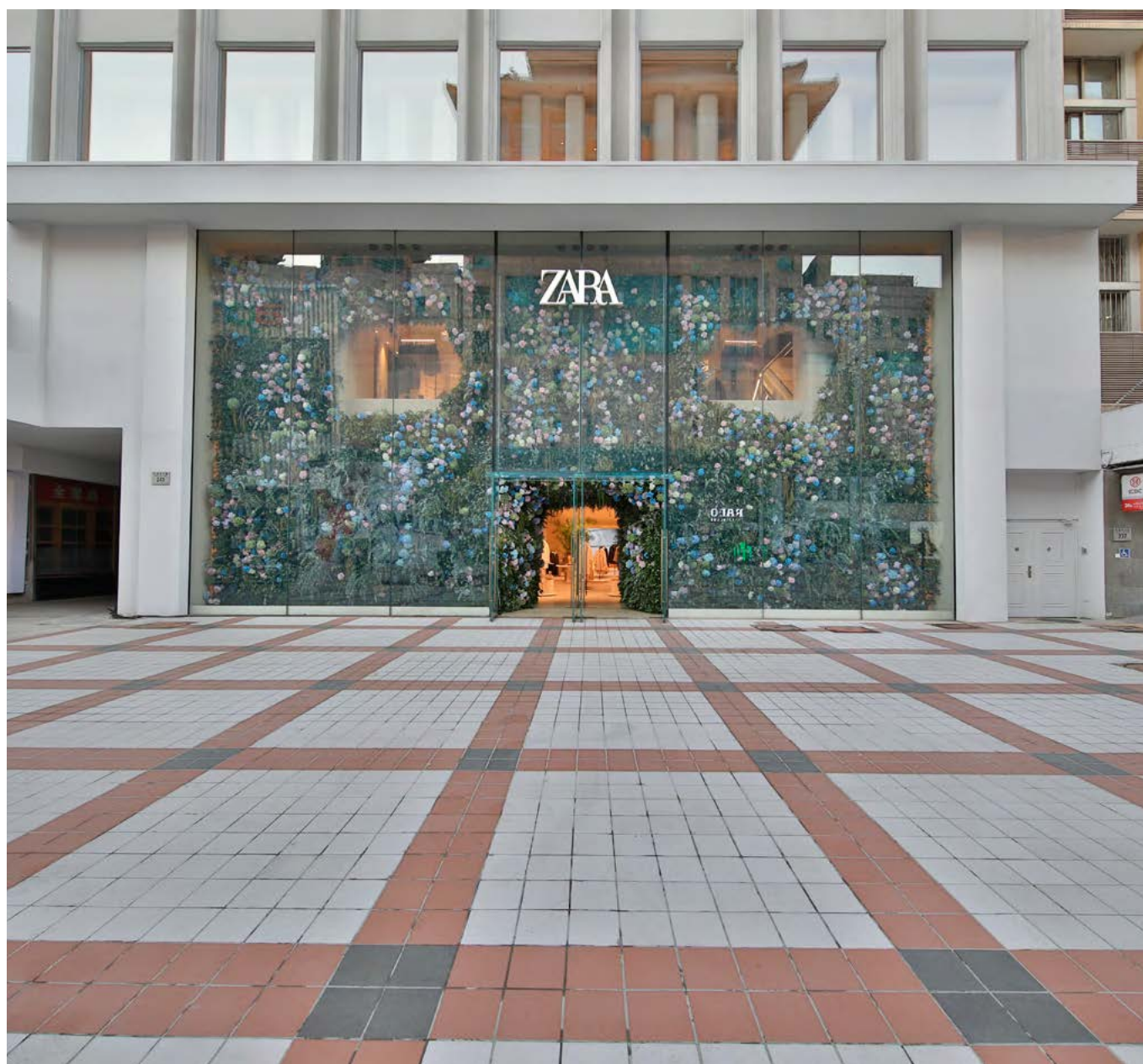
Tiendas ecoeficientes

La ecoeficiencia es una prioridad en el diseño de nuestras tiendas, cuyo objetivo es la **optimización de los consumos y emisiones de nuestros establecimientos** en todas las fases de su ciclo de vida, incluyendo el diseño, la construcción y la operación. Por ello, en Inditex contamos con el Manual de Tienda Ecoeficiente, que tiene como propósito asegurar el cumplimiento de sus requisitos de eficiencia y sostenibilidad. En dicho manual se definen

los requerimientos técnicos de las distintas instalaciones y sistemas de todas las tiendas del Grupo, así como las operaciones realizadas en ellas.

Inditex cierra el 2020 consiguiendo que el 100% de sus tiendas sean ecoeficientes (92,67% en 2019, 85,68% en 2018).

Entre las tiendas que se han incorporado este año, destacan:



Zara Wangfujing en Pekín, la más grande de Asia con más de 3.500 m²



La nueva **tienda flagship** de Stradivarius en México



La tienda **flagship** de Pull&Bear en Bilbao

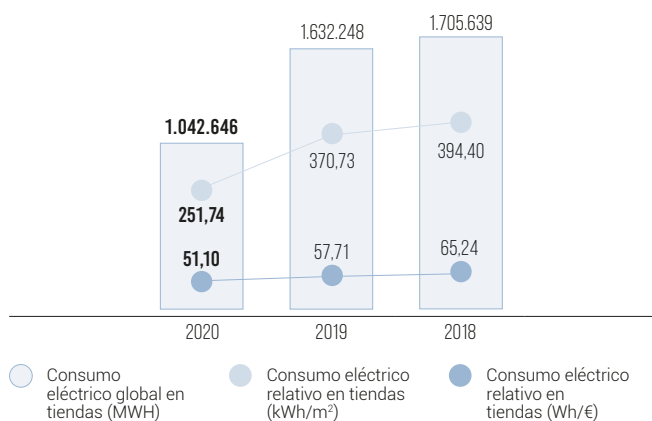


Minimizar las emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 3 asociadas a nuestras operaciones de distribución y logística también es una de nuestras prioridades.

Gracias a la tecnología y alta conectividad de las tiendas con la **plataforma central Inergy**, a cierre del ejercicio fiscal 2020, 60% de nuestras tiendas propias cuentan con esta plataforma (56% y 50% de las tiendas al cierre del ejercicio 2019 y 2018, respectivamente). *Inergy* nos permite realizar una **supervisión sobre las tiendas conectadas**, con el objetivo de **optimizar el consumo energético** alcanzando una mayor eficiencia en nuestro uso de las energías y **reduciendo nuestro impacto medioambiental**.

Durante el año 2020, el **consumo eléctrico estimado en tiendas propias** ha disminuido a 1.042.646 MWh, (1.632.248 MWh y 1.705.639 MWh en 2019 y en 2018, respectivamente). Destacar que los indicadores descritos sobre energía se han visto además afectados por el cierre de nuestras tiendas y sedes durante varios meses a lo largo del año por la crisis sanitaria de la covid-19.

CONSUMO ELÉCTRICO ESTIMADO EN TIENDAS PROPIAS (MWH) (*)



(*) El consumo eléctrico ha sido calculado a partir de datos reales de la plataforma central de monitorización. Para estimar los consumos medios, se han considerado datos de 2.017 tiendas, siendo el 100% de las mismas ecoeficientes.

Por otro lado, la **certificación de numerosos inmuebles** de la Compañía bajo estándares internacionales en construcción sostenible como LEED y BREEAM⁽⁴⁾, también son ejemplo de nuestro compromiso por la mejora de nuestro desarrollo medioambiental.

10 CERTIFICADO LEED PLATINO

29 CERTIFICADOS LEED ORO

1 CERTIFICADO BREEAM

(4) Todas las certificaciones se encuentran vigentes.

En el ámbito digital, estamos trabajando para que la **tienda online de Zara.com** sea una **web ecoeficiente**.

Nuestro principal **Centro Tecnológico** se encuentra en nuestras oficinas de Servicios Centrales, en Arteixo-Galicia. Este centro consume 100% energías de fuentes renovables y está **certificado como LEED Platino** por la organización *U.S. Green Building Council*.

Eficiencia en transporte y distribución

La eficiencia de nuestra red de centros logísticos es determinante para poder enviar nuestros productos a las tiendas dos veces por semana. Además, en Inditex entendemos que una gestión óptima del transporte y de los embalajes es clave para hacer un uso más eficiente de los recursos y reducir así las emisiones asociadas a nuestros procesos. En este sentido, creemos que la apuesta por la sostenibilidad y la eficiencia también tiene un impacto positivo en el negocio.

Con la finalidad de mejorar la eficiencia asociada a nuestras operaciones de distribución y logística y poder reducir las emisiones indirectas de alcance 3 derivadas, el Grupo ha realizado diversas iniciativas, entre las que cabe destacar:



INICIATIVAS DESTACADAS

| | |
|--|--|
| PACKAGING | Optimización de envases y embalajes e incremento del transporte multimodal en algunos flujos. |
| OPTIMIZACIÓN DE CARGAS | Mejora del control de llenado de las cajas gracias al desarrollo de nuevos protocolos que optimizan, revisan y ajustan las propuestas de carga. |
| | Optimización de cargas en camiones que reduce nuevamente el número de vehículos (1.600 menos en 2020) en las rutas europeas por carretera (2.000 y 1.480 en 2019 y en 2018, respectivamente). Se han ahorrado 2.720.000 kilómetros y sus emisiones asociadas (3.400.000 y 2.500.000 de kilómetros en 2019 y 2018, respectivamente). |
| TRÁILER GAS NATURAL LICUADO | Aprovechando los flujos de las rutas que dan servicio a las tiendas europeas y con el objetivo de no realizar retornos en vacío, empleamos esos camiones para la devolución de mercancías a España. En 2020 se han contabilizado en estos flujos de retorno 4.000 camiones, lo que ha supuesto un ahorro de 6.800.000 kilómetros y sus emisiones asociadas (5.400 camiones y 9.200.000 de kilómetros en 2019, 5.163 camiones y 9.000.000 de kilómetros en 2018). |
| COCHES ELÉCTRICOS | Uso de tráiler con GNL en aquellas rutas que lo permiten, consiguiendo de esta forma recorrer más de 311.000 kilómetros con la mercancía del Grupo durante el ejercicio 2020 (540.000 y 410.000 kilómetros en 2019 y en 2018, respectivamente). Se ha incorporado una nueva unidad para flujos desde y hasta nuestro Centro de Distribución en Lelystad, Holanda; realizando 2 viajes semanales. La disminución en los kilómetros recorridos se debe a la incidencia de la crisis sanitaria provocada por la covid-19. |
| VEHÍCULOS DE ALTA CAPACIDAD | Utilización de vehículo eléctrico de última milla en China para el reparto a tiendas, consiguiendo de esta forma su implantación en todas las tiendas del país, con lo que se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero y la contaminación atmosférica en las ciudades. |
| CONSEJO DE EMISIONES LOGÍSTICAS GLOBALES (GLEC) | Aumento del número de rutas con nuestros Vehículos de Alta Capacidad, como el Giga-tráiler, que permite incrementar el volumen de los camiones habituales, reduciéndose de esta manera las emisiones de CO ₂ . Además, se ha añadido un flujo a los actuales con uno de nuestros proveedores de transporte, para el traslado de contenedores con el puerto de Algeciras, siendo la primera unidad Dúo-tráiler portacontenedores de la que tenemos constancia en España. En 2020 se han recorrido más de 1.220.000 kilómetros con estas modalidades de transporte. |
| CLEAN CARGO | En 2020 Inditex forma parte del GLEC, método global reconocido mundialmente para el cálculo armonizado y la notificación y presentación de informes sobre la huella logística de gases de efecto invernadero a través de la cadena de suministro multimodal. |
| SMART FREIGHT CENTER | En 2020 nos hemos adherido a esta iniciativa dedicada a reducir los impactos ambientales del transporte mundial de mercancías y a promover el transporte marítimo responsable. Dentro del <i>Clean Cargo Working Group</i> existe una colaboración entre empresas dedicada a integrar los principios empresariales ambiental y socialmente responsables en la gestión del transporte. Su metodología de Cálculo de Emisiones de CO ₂ , es el estándar de transporte marítimo utilizado por otras iniciativas como el Programa <i>SmartWay</i> de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos (EPA) y el Consejo de Emisiones de Logística Global (GLEC). |
| | Es una organización sin ánimo de lucro dedicada al transporte sostenible. Su visión es conseguir un sector logístico global eficiente y cero emisiones, que contribuya a los objetivos del Acuerdo Climático de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Para alcanzar esta visión, unen a la comunidad logística global a través de su <i>Global Logistics Emissions Council</i> (GLEC). |



Minimizar las **emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 3 de nuestros desplazamientos** también es una de nuestras prioridades.

En esta línea, continuamos con el **uso del autobús lanzadera** en los Servicios Centrales de Inditex, en Arteixo, que se sumó el año pasado a las sedes de Pull&Bear (Narón), Tordera y Stradivarius (Sallent). También se ha continuado con la **aplicación WESHARE**, iniciativa puesta en marcha en 2019, para compartir coche en los desplazamientos al lugar de trabajo. Estas medidas disminuyen la densidad del tráfico y los tiempos de conducción en los trayectos diarios.

Asimismo, en 2020 se han incrementado en un 150% el número de **puntos de recarga de vehículos eléctricos** en todos los servicios centrales del Grupo, favoreciendo de esta forma su uso entre empleados. Durante el 2020, se ha suministrado desde los puntos de recarga eléctrica más de 71.000 KWh⁽⁵⁾ (más de 47.000 KWh en 2019), que ayudan a evitar las emisiones asociadas al uso de combustibles fósiles.

Emisiones atmosféricas y acústicas

Nuestros centros logísticos cumplen con la legislación aplicable en materia de **control de emisiones atmosféricas** procedentes de equipos de combustión. Se realizan **comprobaciones y verificaciones periódicas** por parte de los organismos de control autorizados, de los valores límite de emisión sobre los focos que canalizan las emisiones procedentes de los equipos de combustión (calderas de calefacción y calderas de vapor) sometidos a control según la legislación vigente. Durante los controles periódicos se comprueba el **cumplimiento de los valores límites de emisión establecidos** para los parámetros exigidos en cada caso (por ejemplo: CO, NOx, SO2 u opacidad).

Asimismo, el **modelo de distribución nocturna** contempla el suministro del producto a las tiendas por la noche, cuando los niveles de emisión sonora son más restrictivos que durante el horario diurno. Además, hemos desarrollado un **Protocolo para Equipos de Descarga** en donde se hace referencia a la minimización de los ruidos durante dicha operativa.

4.1.3. Nuestro enfoque en la gestión del agua



El agua constituye **uno de los recursos más valiosos** para garantizar la sostenibilidad del planeta y de quienes lo habitamos. Somos conscientes de su importancia crítica para la vida y para casi todas las actividades humanas,

y a la vez somos conscientes de su **fragilidad y escasez** en condiciones adecuadas para cubrir las necesidades de muchas personas y ecosistemas a lo largo del mundo.

Nuestra cadena de suministro utiliza el agua en el **cultivo de algodón y de otras fibras**, así como en los **procesos húmedos para fabricar las prendas** (lavandería, tintorería y estampación). Por ello, dedicamos importantes esfuerzos a garantizar el **cumplimiento, mejora y fortalecimiento de los compromisos medioambientales** de nuestra cadena de suministro.

a) Estrategia Global de Gestión del Agua

La Estrategia Global de Gestión del Agua constituye la hoja de ruta que nos permite colaborar con todos nuestros grupos de interés en la gestión sostenible y racional del agua a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

| | |
|---|---|
|  | Detallamos todas nuestras directrices de acuerdo con los compromisos adquiridos en el CEO Water Mandate , que forma parte del Pacto Mundial de Naciones Unidas (la mayor iniciativa global que existe en términos de sostenibilidad). |
|  | Se vinculan en esta iniciativa aspectos medioambientales y sociales , ya que el agua en el mundo afecta a la calidad de los ecosistemas fluviales y, por otro lado, es un recurso del que depende el desarrollo de muchas comunidades . |

Buscamos constantemente **procesos innovadores para un uso responsable y sostenible del agua** que nos permite ser más eficientes y, a la vez, reduce nuestro impacto medioambiental y protege los hábitats marinos y de agua dulce.

b) Consumo

Con nuestra actividad, consumimos un total de 1.663.039 m³ de agua en nuestras sedes corporativas, fábricas propias, centros logísticos y tiendas propias⁽⁶⁾. Contabilizamos nuestro consumo a través de mediciones directas y registros de los recibos de las redes públicas de abastecimiento (2.068.661 m³ y 2.145.804 m³ de agua en 2019 y 2018, respectivamente). Destacar que los indicadores descritos sobre consumo de agua se han visto además afectados por

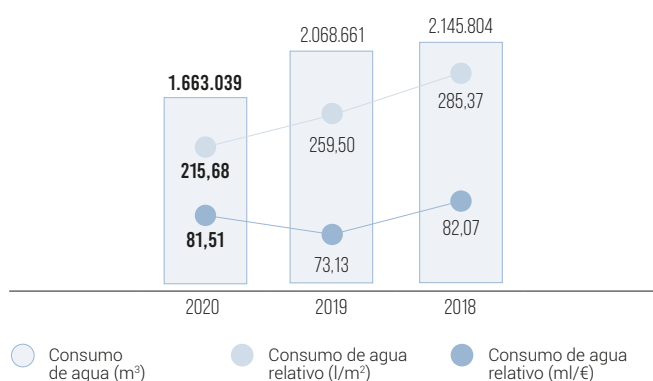
(5) Consumo eléctrico de los puntos de recarga de vehículos eléctricos de los servicios centrales del Grupo, centros logísticos propios y fábricas propias. Para algunos centros el consumo de enero 2021 ha sido estimado.

(6) El consumo de tiendas propias ha sido calculado a partir del gasto contable por tienda. Se ha utilizado el precio medio específico de 20 mercados. Para el resto de mercados se ha utilizado el promedio de m³/m² por cadena.

el cierre de nuestras tiendas y sedes durante varios meses a lo largo del año por la crisis sanitaria de la covid-19. En 2020, hemos reducido el consumo relativo de agua por m² en un 16,89% en nuestras sedes corporativas, fábricas propias, centros logísticos y tiendas propias, respecto al consumo del año anterior.

En nuestras instalaciones, el mayor consumo de agua se realiza en usos domésticos, fundamentalmente limpieza y sanitarios, garantizando su vertido a redes de saneamiento municipales. En el ámbito industrial, el agua es destinada principalmente a la generación de vapor y la refrigeración industrial en ciclo cerrado, donde se utilizan sistemas de recirculación. Dado que los sistemas de refrigeración son en ciclo cerrado, permite estimar que el agua vertida es igual al agua consumida. Los vertidos de aguas residuales de todas las instalaciones se realizan a las redes de saneamiento correspondientes. En Inditex, el consumo de agua no impacta en hábitats protegidos.

CONSUMO DE AGUA (M³)



c) Iniciativas en operaciones propias

Para poder reducir nuestro consumo de agua y mejorar su reutilización, incorporamos, en la planificación de los nuevos proyectos, **tanques de tormenta para la recuperación de agua de la cubierta para riego, limpieza viaria y otros servicios.**

La instalación de Indipunt en Narón dispone de tecnología avanzada que permite reutilizar el 100% del agua para riego de jardines y fluxores de sanitarios, alcanzando ahorros significativos de consumo de agua en las instalaciones de Indipunt. Este proyecto de recuperación de agua constituye el primer proyecto de estas características aprobado en Galicia, tras haber pasado con éxito los severos controles establecidos por la Administración Pública.

d) Iniciativas en la cadena de suministro

Colaboración con ZDHC y con el Instituto de Asuntos Públicos y Medioambientales de China (IPE)

Inditex promueve junto a ZDHC (*Zero Discharge of Hazardous Chemicals*, por sus siglas en inglés) y otros *retailers* un **cambio de paradigma** en la industria textil sentando las bases para una **gestión sostenible de los productos químicos**. Colaboramos con nuestros proveedores para publicar los resultados de los análisis de aguas residuales obtenidos en las evaluaciones *Green to Wear* en la plataforma *ZDHC Gateway*.

 Más información en el apartado 4.3.3 *Evaluación y mejora continua*, subapartado c) del presente Estado de Información No Financiera.

Es importante señalar nuestra colaboración con el **Instituto de Asuntos Públicos y Medioambientales de China (IPE)** para la mejora de la gestión ambiental de la cadena de suministro de China y de la divulgación de los resultados de los análisis de sus aguas residuales en la página web del IPE. Además, en Inditex hemos invertido más esfuerzo en la gestión medioambiental de la cadena de suministro más allá de las fábricas textiles, y hemos incluido a los proveedores ascendentes como proveedores de productos químicos y plantas centralizadas de tratamiento de efluentes.

En 2020, el **IPE** ha situado a Inditex en el **Top 4 de 582 marcas, Top 3 del sector textil** de su Índice de Transparencia de la Información Corporativa (CITI).

Otras colaboraciones

El agua es un recurso fundamental en la industria textil y en Inditex estamos comprometidos con su consumo responsable. Asegurar que las comunidades tienen agua potable es esencial para el desarrollo social y la fortaleza económica, además de para la salud y seguridad.

Por todo ello, colaboramos desde 2015 con **Water.org** para mejorar el acceso a agua potable y saneamiento de personas con recursos escasos. En 2020, hemos suscrito un nuevo acuerdo cuatrienal, dotado con 6 millones de dólares (5,2 millones de euros), para el desarrollo del programa *Empowering women and families with access to water and sanitation*. En virtud de este programa, se proporcionará acceso a agua potable y saneamiento para más de 2,3 millones de personas vulnerables en Bangladés, Camboya e India.

 Más información en el apartado 5.2.4. *Programas clave* del presente Estado de Información No Financiera.



DATOS 2015-2020



A partir de la contribución de **6 millones de dólares** (5.2 millones de euros) por parte de Inditex, se ha conseguido movilizar 168 millones de dólares de capital adicional que han permitido la concesión de 366.000 microcréditos.



1,5 millón de personas han mejorado sus condiciones de salud en Bangladés y Camboya durante el periodo 2015-2020



El objetivo del programa es incrementar el acceso a agua potable y saneamiento a partir de la provisión de microcréditos a mujeres en países en vías de desarrollo.

Asimismo, el programa prevé la investigación de nuevas iniciativas globales para ayudar a combatir la crisis del agua.

4.1.4. Nuestro enfoque sobre biodiversidad

En Inditex estamos comprometidos con la protección y el desarrollo de la biodiversidad a través de una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales.

Nuestra Estrategia de Biodiversidad se basa en los principios de la Convención para la Diversidad Biológica de Naciones Unidas. Su objetivo principal es proteger la biodiversidad en todos los niveles de nuestra actividad y servir de guía para que nuestras decisiones de negocio atiendan a criterios éticos y medioambientales.

a) Iniciativas relacionadas con la biodiversidad

Nuestro trabajo en el ámbito de la biodiversidad está estrechamente relacionado con nuestras acciones para reducir el consumo de energía y mejorar la calidad del agua.



Más información en los apartados 4.1.2. *Nuestro enfoque sobre descarbonización y gestión de la energía* y 4.1.3. *Nuestro enfoque en la gestión del agua* del presente Estado de Información No Financiera.

Asimismo, prestamos especial atención a las materias primas que escogemos para elaborar nuestros productos, ya que esas decisiones tienen un impacto directo en la biodiversidad.



Más información en el apartado 4.2.2 *Elección de los materiales*, subapartado b) del presente Estado de Información No Financiera.

Por otra parte, en el marco de nuestra Estrategia de Biodiversidad y nuestra Política de Productos Forestales, aprobada en marzo de 2014, participamos en distintas iniciativas relacionadas con la conservación forestal en colaboración con diversas instituciones.

“Nuestro trabajo en el ámbito de la biodiversidad está vinculado a nuestras acciones para reducir el consumo de energía y mejorar la calidad del agua.”

INICIATIVAS RELACIONADAS CON LA CONSERVACIÓN FORESTAL

COLABORACIÓN CON LA XUNTA DE GALICIA Y EL CENTRO DE INVESTIGACIÓN FORESTAL DE LOURIZÁN

En el marco de nuestra estrategia forestal, colaboramos en el programa de mejora genética de las principales especies forestales de Galicia.

MONTE DEMOSTRATIVO PICO SACRO

Continuamos trabajando para que el Monte Demostrativo Pico Sacro pueda ser ofrecido como modelo de sumidero biológico de carbono, y que a su vez se utilice como laboratorio de silvicultura para divulgar los resultados del proyecto, apoyando a silvicultores gallegos transfiriendo los aprendizajes del proyecto y definiendo y publicando indicadores ambientales para la silvicultura y la absorción de CO₂, en colaboración con *Forest Stewardship Council (FSC)* en España y la Asociación Forestal de Galicia. Entre las principales actividades desarrolladas cabe destacar:

- Jornadas formativas sobre podas y tratamientos de frondosas.
- Videotutoriales sobre podas de frondosas y coníferas.
- Plantaciones de planta mejorada de cerezo.
- Poda de castaños, nogales y robles americanos.
- Desbroce y escarda en la superficie de plantación para eliminar vegetación de competencia.
- Labores de mantenimiento y reposición de marras de vegetación autóctona en las áreas de conservación.

Se estima que con las nuevas plantaciones a 31 de enero de 2021 las absorciones de CO₂ en el arbolado alcanzarán en 30 años la cifra de 730 toneladas⁽¹⁾ (683 toneladas a 30 de enero de 2020).

Además, el Monte Demostrativo cuenta con el certificado FSC ampliado a servicios del ecosistema para carbono y biodiversidad, el primero en España de tipo SLIMF (*Small and Low Intensity Managed Forests*) de pequeña superficie en conseguirlo.

ASOCIACIÓN FORESTAL DE GALICIA

En 2020 Inditex ha firmado un convenio con la Asociación Forestal de Galicia para la restauración ambiental de áreas forestales que se hayan visto afectadas por incendios forestales, se encuentren degradadas o hayan sido gravemente dañadas por catástrofes naturales y sobre las que se necesite actuar para evitar su abandono.

Las tareas de restauración se llevarán a cabo de manera que:

- Se impida la erosión y se mantenga la fertilidad de los suelos;
- Mejoren la eficiencia en la utilización del recurso agua en la zona a restaurar y procuren una distribución eficiente del agua en el área de restauración, adaptando los elementos técnicos, las infraestructuras y las actuaciones sobre el suelo para facilitar la disponibilidad de agua;
- Optimicen la capacidad de absorción de CO₂ por el arbolado introducido en las áreas objeto de restauración;
- Preserven la biodiversidad existente en el área de intervención;
- Contemplan la conectividad y la recuperación de la movilidad de la fauna;
- Se considere el riesgo de plagas y enfermedades;
- Sean planificadas de acuerdo con los factores de riesgo de incendio forestal.

(1) En base a la calculadora de absorciones ex ante de dióxido de carbono de las especies forestales arbóreas españolas recomendada por la Oficina Española de Cambio Climático.

b) Bienestar animal

Inditex cuenta con una política de bienestar animal que incluye estándares éticos en el uso de productos de origen animal conforme a las Cinco Libertades del bienestar animal para el trato ético y responsable de los animales y ha sido desarrollada en colaboración con la *Humane Society of United States (HSUS)*.

Todos los componentes de origen animal en los artículos comercializados por nuestras marcas deben proceder de animales tratados de forma ética y responsable. No

utilizamos pieles ni productos que provengan de animales sacrificados exclusivamente para comercializar sus pieles, conchas, astas, huesos, pluma, plumón o cualquier otro material, ni cosméticos testados en animales.

En este sentido, y en línea con nuestros compromisos con entidades como PETA o *Fur Free Alliance*, no comercializamos ningún producto de lana de angora, hemos eliminado el mohair desde la pasada campaña Primavera-Verano de 2020 y no empleamos tampoco piel de pelo.

4.2. Sostenibilidad de nuestros productos

4.2.1. Diseño

La puesta en el mercado de una nueva prenda lleva consigo un proceso de diseño y un proceso de elaboración. La **inspiración** y la **creatividad** son vitales a la hora de diseñar. Para Inditex la **elección de las distintas materias primas** para la fabricación de un artículo y la mejora de su ciclo de vida, ya sea proporcionando mayor **durabilidad** o facilitando su **reciclabilidad**, tienen suma relevancia en el proceso de diseño.

Formación

La circularidad significa, en particular en la etapa de diseño, **diseñar para reducir los residuos en cada etapa del desarrollo y ciclo de vida de un producto, ampliar el ciclo de vida** de un producto permitiendo un mejor abastecimiento de materiales y una elección de materiales a medida, **facilitando el cuidado y la reparación del producto** y creando al mismo tiempo mayores **oportunidades para la reutilización y el reciclaje**, asegurando que las prendas se diseñen teniendo en cuenta su ciclo de vida completo.

En esta línea, contamos con un **programa de formación** para ayudar a nuestros diseñadores a integrar aún más la circularidad en sus tareas diarias. Esta formación incluye diferentes **módulos**:

- Visión de la sostenibilidad
- Materias primas sostenibles
- Procesos húmedos sostenibles
- Herramientas de trazabilidad y sistemas corporativos
- Diseño circular por tipo de prenda

Durante el 2020 hemos llevado a cabo las formaciones programadas para asegurarnos de que el 100% de nuestros diseñadores se hayan formado en los **Principios de la Economía Circular**, en línea con el compromiso adquirido con la *Global Fashion Agenda*.



En 2020 hemos alcanzado nuestro compromiso de formar a todos los diseñadores del Grupo en los Principios de la Economía Circular.

4.2.2. Elección de los materiales

La elección de los materiales es una pieza clave del proceso de diseño. Siguiendo los principios de nuestra Política de Sostenibilidad y de nuestra Hoja de Ruta de Sostenibilidad, una de nuestras prioridades es impulsar el uso de fibras más sostenibles, que tienen un mejor desempeño ambiental y suponen un consumo más eficiente de los recursos.

Además, nuestra Estrategia de Biodiversidad, que se basa en los principios de la Convención para la Diversidad Biológica de Naciones Unidas, y la Política de Productos Forestales recogen nuestro compromiso con la conservación de la naturaleza y los ecosistemas forestales. Así, prestamos especial atención a las materias primas que escogemos para elaborar nuestros productos, ya que esas decisiones tienen un impacto directo en la biodiversidad y en el uso de los recursos naturales.



En Inditex nos hemos comprometido a que el 100% del algodón, el poliéster y el lino, que empleemos en nuestros productos sean reciclados o de origen más sostenible en 2025.

Durante este año hemos seguido trabajando para:

- **Aumentar el uso de materias primas sostenibles** como el algodón sostenible y las fibras recicladas.
- **Capacitar a nuestra cadena de suministro** para gestionar sus recursos de manera responsable.
- Utilizar fuentes sostenibles en nuestro **mobiliario de madera** y en nuestros **productos de papel**.

Nuestro compromiso nos ha permitido alcanzar los siguientes resultados relativos a las toneladas de materias primas más sostenibles utilizadas en las prendas puestas a la venta y que cuentan con objetivos a 2025.

| MATERIA PRIMA | TONELADAS 2020 | TONELADAS 2019 | TONELADAS 2018 | VARIACIÓN 2020-2019 (%) | VARIACIÓN 2019-2018 (%) |
|--|----------------|----------------|----------------|-------------------------|-------------------------|
| ALGODÓN MÁS SOSTENIBLE (ORGÁNICO, BCI Y RECICLADO) | 73.874 | 38.676 | 18.851 | 91,0% | 105,2% |
| POLIÉSTER RECICLADO | 9.594 | 5.332 | 1.881 | 79,9% | 183,4% |
| LINO SOSTENIBLE | 1.245 | 1.813 | 266 | -31,3% | 580,9% |
| VISCOSA SOSTENIBLE | 8.379 | 6.692 | 3.178 | 25,2% | 110,6% |

En 2020, el consumo de materias primas más sostenibles representa un 21,3% sobre el total de consumo de materias primas.

a) Innovación

Para avanzar en el cumplimiento de los objetivos fijados, durante el ejercicio 2020 hemos continuado promoviendo la **innovación para el desarrollo de nuevas materias y**

tecnologías que mejoren la sostenibilidad de las fibras textiles utilizadas, centradas tanto en la optimización del consumo de materiales vírgenes, como en su posterior reciclaje.

Este año hemos continuado impulsando **diversas líneas de colaboración**, tanto con instituciones de reconocido prestigio del ámbito académico, como con organizaciones locales e internacionales, con el objetivo de avanzar en el desarrollo sostenible de los materiales que utilizamos en nuestra cadena de valor.

Sustainability Innovation Hub

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 *Sustainability 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.

La plataforma está creada para promover importantes impactos relevantes en la estrategia sobre materias primas y/o circularidad del Grupo, asumiendo que es una necesidad para el cumplimiento de nuestros compromisos de sostenibilidad.



CARBONO CIRCULAR

También con origen en la iniciativa *Sustainability Innovation Hub*, el objetivo del proyecto es transformar las emisiones de carbono o diferentes fuentes de feedstock de carbono en un recurso para la producción de fibras nuevas para uso textil. La urgencia del cambio climático hace imprescindible el uso de nuevas tecnologías de captura de emisiones de carbono de instalaciones industriales, o syngas generado a partir de cualquier recurso de biomasa (por ejemplo, residuos sólidos urbanos (RSU), residuos industriales orgánicos, residuos agrícolas o residuos textiles).

Esta iniciativa brinda la oportunidad de convertir las emisiones en fibra, con una menor huella de carbono gracias al uso de fuente alternativa al fósil y a la participación directa en la captura de emisiones. Las fibras investigadas son fibras sintéticas como el PET o fibras de acetato.

b) Materias primas sostenibles

Algodón

El **algodón es la materia prima más utilizada** en la confección de nuestras prendas. Por este motivo, apostamos decididamente por el algodón de cultivo **ecológico u orgánico**, que nos permite mejorar el desempeño ambiental al ser cultivado con prácticas más sostenibles que utilizan únicamente semillas no modificadas genéticamente.

Nuestra apuesta se concreta en colaboraciones con las iniciativas más relevantes a nivel internacional que promueven la sostenibilidad del sector del algodón. Así, somos miembros de *Textile Exchange*, colaboramos con *Better Cotton Initiative* (BCI) y somos uno de los fundadores de la iniciativa *Organic Cotton Accelerator* (OCA). Además, contamos desde 2017 con un Acuerdo Público-Privado con la Organización Internacional del Trabajo para mejorar las condiciones laborales de los trabajadores de la cadena de suministro de algodón.

 Más información en el apartado 3.6.2 Áreas de impacto prioritarias, subapartado g) del presente Estado de Información No Financiera.

INICIATIVAS DESTACADAS

2025 SUSTAINABLE COTTON CHALLENGE

Alineados con el objetivo de conseguir que todo el algodón que utilizemos en la fabricación de nuestros productos provenga de fuentes más sostenibles a 2025, nos hemos adherido al Compromiso *2025 Sustainable Cotton Challenge* de la fundación *Textile Exchange*. Organización sin ánimo de lucro con la que colaboramos, siendo miembros desde el año 2010, que constituye una referencia internacional en el sector.

ALGODÓN ORGÁNICO

El algodón orgánico se basa en la utilización óptima de los recursos naturales, sin emplear productos químicos sintéticos u organismos genéticamente modificados. Con el uso de este tipo de algodón, la biodiversidad aumenta y los suelos son más fértiles para generaciones futuras.

Como miembros de *Textile Exchange*, colaboramos con esta organización independiente y sin ánimo de lucro, que constituye una referencia internacional en el sector. Es una plataforma de promoción del cultivo del algodón orgánico y de la sostenibilidad global en el sector textil.

Nuestro objetivo: **promocionar el algodón orgánico** por sus virtudes medioambientales, llegando en nuestra cadena de suministro hasta el origen de la fibra y fortaleciendo y garantizando su trazabilidad hasta nuestras prendas.

BETTER COTTON INITIATIVE

Colaboramos con *Better Cotton Initiative* (BCI), que comparte nuestro enfoque holístico (medioambiental y social) de la sostenibilidad y con la que buscamos potenciar una cadena de suministro del algodón más sostenible. Esta iniciativa desarrolla y fomenta buenas prácticas en el cultivo tradicional del algodón para beneficio de los agricultores, del medio ambiente y para asegurar el futuro del sector.

Nuestro objetivo: **100% algodón sostenible** (orgánico, *Better Cotton Initiative* y reciclado) para 2025.

Dentro de BCI somos **miembros del Chain of Custody Advisory Group**, grupo de trabajo dedicado a promover la documentación cronológica y el rastro de evidencias para trazar el movimiento de los productos a través de la cadena de suministro. Esto garantiza que el volumen BCI reclamado por minoristas y miembros de la marca BCI no exceda el volumen producido por los agricultores con licencia en un período de tiempo determinado.

INVESTMENT COMMITTEE DEL ORGANIC COTTON ACCELERATOR (OCA)

Somos uno de los socios fundadores de *Organic Cotton Accelerator* (OCA), iniciativa multisectorial que apoya a los productores de algodón orgánico para garantizar que el sector crezca de manera sostenible y que todos los actores se vean beneficiados, desde el agricultor hasta el consumidor final. El cultivo del algodón orgánico o ecológico sólo utiliza fertilizantes y pesticidas naturales y evita el uso de organismos genéticamente modificados (GMOS).

 Más información en el apartado 3.6.2 Áreas de impacto prioritarias, subapartado g) del presente Estado de Información No Financiera.

A pesar de la excepcional situación de 2020, hemos aumentado un 57% el número de agricultores participantes en los diversos proyectos del Programa FED (*Farmer Engagement and Development*), alcanzando la cifra de **colaboración directa más de 9.300 pequeños agricultores**. A través de esta colaboración y a través de iniciativas de **formación en prácticas orgánicas** se ayuda a preservar la biodiversidad local y se fomenta el enriquecimiento del suelo, la eliminación de pesticidas y abonos químicos sintéticos, así como la prevención del uso de semillas modificadas genéticamente. Parte del objetivo del enfoque de Inditex pasa por **promocionar el sector del algodón orgánico**, que actualmente supone menos del 1% de la producción mundial de algodón, y que puede suponer importantes **beneficios** como:

- Aumento de la materia orgánica del suelo, gracias a los pesticidas y abonos orgánicos, a una mayor diversidad de semillas, así como a la rotación de cultivos que promueven las prácticas orgánicas.
- Mejora de la calidad del agua, con acuíferos más limpios para los agricultores y sus comunidades
- Mejora del bienestar animal, gracias a contar con agua y alimentación libre de elementos sintéticos. Además, se pone en valor la relevancia de la ganadería como generadora de insumos necesarios para las prácticas orgánicas.
- Mayor estabilidad económica y equidad para los agricultores y sus familias.

Esta iniciativa se ha expandido dentro del Grupo y distintas marcas están participando en el proyecto, desarrollando sus artículos con esta materia prima.

Fibras artificiales más sostenibles

Nuestro compromiso con la **protección de los bosques** es indisociable de nuestros esfuerzos para garantizar la sostenibilidad de nuestros productos y nuestro negocio.

El **Lyocell**, la **viscosa** y el **modal** pertenecen a un grupo de fibras que se obtienen de la pulpa de celulosa de determinados árboles. En 2020 suscribimos un **nuevo compromiso con CanopyStyle** sobre la **Nueva Generación de Viscosa**. Por este motivo, en Inditex sólo trabajaremos con los mejores fabricantes de fibras celulósicas (viscosa, modal, lyocell) que corresponden con los clasificados como "camisas verdes" en el **Hot Button Report** de la iniciativa **CanopyStyle**. Estos fabricantes demuestran que sus **fibras no ponen en riesgo de abastecimiento a bosques primarios o amenazados**.

En este sentido, nos hemos comprometido a que **a partir de 2020 todas nuestras fibras celulósicas procedan de orígenes que no supongan un riesgo para los bosques primarios y amenazados del planeta**.

Actualmente, más de 300 marcas estamos adheridas a esta iniciativa (más de 200 marcas en 2019 y 170 marcas en 2018), gracias a la cual hemos conseguido en 2020:

- 90% de la producción de fibra mundial procede de fabricantes con una política que se compromete a eliminar el abastecimiento de bosques primarios y protegidos y a avanzar en soluciones innovadoras que reduzcan la presión sobre los bosques (88,6% y 72% de la producción en 2019 y en 2018, respectivamente).
- 72% de la producción mundial proviene de fabricantes que han finalizado el proceso de auditoría (64,7% y 52% de la producción mundial en 2019 y en 2018, respectivamente).
- 52% de la producción mundial está libre de riesgos de abastecimiento de bosques primarios y amenazados (42,5% y 28% de la producción mundial en 2019 y 2018, respectivamente).

Reconocimientos externos

Según el **estudio Dirty Fashion: Crunch time** elaborado por **Changing Markets Foundation**, Inditex se posiciona, por tercer año consecutivo, en la categoría *frontrunner* (pionero) de la industria del *retail* por su decidido impulso a la producción y comercialización de viscosa responsable. La última edición de este informe, publicada en diciembre de 2020, evalúa los planes de producción responsable, compromisos y progresos en materia de transparencia de 100 marcas y minoristas (91 en 2019) y de los fabricantes de viscosa e iniciativas más relevantes, mostrando en qué punto se encuentra la industria textil mundial en la transición hacia la viscosa responsable.



En 2023 el 100% de las fibras celulósicas que utilizamos será más sostenible, apoyando el compromiso hacia una viscosa responsable de la organización Changing Markets en su Roadmap Towards Responsible Viscose and Modal Fibre Manufacturing.

Materiales reciclados

La producción de tejidos reciclados es más eficiente en términos de consumo, al demandar estos menos agua, energía o recursos naturales que la producción de nuevas fibras, lo que conlleva un menor impacto medioambiental.

Tal y como señala *Textile Exchange*, el **reciclado del poliéster y la poliamida** disminuye el consumo de recursos naturales, ya que no es necesario extraer petróleo para su fabricación, el consumo de agua para su obtención es bajo y reduce la cantidad de residuos que acaban en vertedero.

El impulso para incorporar materiales reciclados a nuestras colecciones se refleja en su aumento de uso.



Durante el ejercicio 2020 hemos puesto en el mercado artículos con un total de 14.413 toneladas de materiales reciclados, lo que supone un incremento del 89,92% respecto a 2019, en el empleo de estos materiales.

Consumo de materias primas

En cuanto al consumo global de materias primas, durante el año 2020 hemos consumido cientos de tipos de materias primas diferentes. A efectos informativos, todas estas materias primas se han agrupado, en función de su origen, en dos grandes categorías: **fibras y no fibras**.

PORCENTAJE DE CONSUMO TOTAL DE MATERIAS PRIMAS

| | 2020 | 2019 | 2018 |
|------------------|-------|-------|-------|
| FIBRAS | 87,9% | 89,2% | 88,2% |
| NO FIBRAS | 12,1% | 10,8% | 11,8% |

Además, dentro de la categoría de **fibras**, se hace una subdivisión en tres grupos: las fibras naturales⁽¹⁾, las fibras sintéticas⁽²⁾ y, por último, las fibras artificiales⁽³⁾, cuyo peso en función de su consumo, ha sido el siguiente a lo largo de 2020:

PORCENTAJE SOBRE EL CONSUMO TOTAL DE FIBRAS

| FIBRAS | 2020 | 2019 | 2018 |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|
| NATURALES | 51,8% | 49,9% | 48,9% |
| SINTÉTICAS | 38,3% | 38,1% | 38,7% |
| ARTIFICIALES | 9,9% | 12,0% | 12,4% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% |

La categoría "**no fibras**" incluyen una pluralidad de diferentes materias primas de origen natural (vegetales, animales y minerales) y artificial, que apenas tienen importancia en términos relativos en los consumos totales del Grupo, por lo que no se ha desglosado individualmente.

c) Control de la materia prima

Desde el inicio de creación de un producto, en la fase de aprovisionamiento de materia prima, se realizan verificaciones del cumplimiento de los estándares de salud y seguridad del Grupo.


Para ello, Inditex cuenta con 6 laboratorios internos de control para el análisis de 18 sustancias y parámetros de salud, seguridad y calidad de producto.

Estos laboratorios aseguran el control exhaustivo del producto y están dotados de la **infraestructura y el instrumental necesario** para realizar los ensayos bajo las **normativas internacionales más exigentes**. Además, en estos laboratorios internos se lleva a cabo la **supervisión de la conformidad** de tejidos con los parámetros de salud, seguridad y calidad de nuestros estándares, consiguiendo así anticiparnos a las posibles no conformidades.

The List, by Inditex

En 2013 diseñamos e implantamos *The List by Inditex*, un **programa pionero y de referencia en el sector textil y del cuero** que, mediante la colaboración con la industria química, **busca la mejora de la calidad de los productos químicos empleados en la fabricación** de artículos.

The List by Inditex asegura el cumplimiento de las restricciones químicas del estándar de salud de producto *Clear to Wear* y del compromiso de Inditex para lograr el Vertido Cero de Sustancias no Deseadas (también conocido como Vertido Cero o Compromiso ZDHC, *Zero Discharge of Hazardous Chemicals*, por sus siglas en inglés).

 Más información sobre Gestión sostenible de la cadena de suministro y Alianzas en los apartados 4.3.3. *Evaluación y Mejora Continua* y 5.3. *Alianzas con la sociedad civil* del presente Estado de Información No Financiera.

A través de una exhaustiva evaluación de los fabricantes y de los productos químicos que emplean, *The List by Inditex* clasifica los productos químicos conforme al grado de cumplimiento del estándar *Clear to Wear* y del Compromiso Vertido Cero.

Al mismo tiempo, trabajamos para perfeccionar los procedimientos de producción existentes, ya que esto impacta directamente en la mejora de los productos químicos. En los casos donde esta mejora no sea posible, se definen programas de I+D que permitan la creación de químicos alternativos a los existentes.

(1) Las fibras naturales son filamentos de origen natural, que se pueden hilar para obtener hebras, hilos o cordelería.

(2) Las fibras sintéticas están hechas de polímeros que no se producen de forma natural, sino que se producen en su totalidad en la planta química o en el laboratorio, casi siempre a partir de subproductos del petróleo o del gas natural.

(3) Las fibras artificiales están formadas a partir de un componente natural como materia prima que sufre distintas transformaciones en una planta química o laboratorio.



23.373 Productos químicos regulados en la IV edición del programa *The List* by Inditex.

En 2020 hemos avanzado en los estudios preliminares para la adición de nuevas sustancias no incluidas en ediciones previas de *The List*, con el objetivo de ampliar el alcance del programa en respuesta a nuestros compromisos dentro del Plan Estratégico Medioambiental. En este momento sigue vigente la edición IV de *The List*, publicada en 2019.

Actualmente, estamos trabajando hacia la convergencia de la industria textil mediante la colaboración con otras marcas, *retailers*, organismos de prestigio internacional. En este sentido cabe destacar la colaboración con la fundación ZDHC, mediante la **publicación de la IV edición de *The List* by Inditex en su plataforma** (ZDHC Gateway).

Además, cabe destacar el diseño y realización **de estudios de aplicación que nos permiten conocer la relación entre contenido de sustancia restringida en producto químico y el contenido tras su aplicación industrial**. Estos estudios son clave para conocer los riesgos asociados al producto químico, así como los procesos de fabricación en donde son empleados, permitiendo avanzar en su clasificación dentro de nuestro programa y reforzando nuestro compromiso medioambiental.

En paralelo se ha desarrollado un ***The List* by Inditex para adhesivos empleados en la industria del calzado**, basado en la caracterización de productos (adhesivos y productos relacionados con la aplicación de estos) empleados principalmente en esta industria, siguiendo los mismos principios y metodología, y en el que se ha homologado la cartera de productos de los dos principales fabricantes de productos adhesivos para la industria del calzado.

***The List* adhesivos en 2020**

- 3 nuevas solicitudes de adhesión al programa.
- Realización de 3 auditorías y 4.940 análisis que han permitido clasificar 199 productos químicos pertenecientes a dos fabricantes.
- Publicación de la I Edición *The List* para adhesivos by Inditex, que estará disponible en nuestra web a partir de febrero 2021.



4.2.3. Programa *Join Life*


Nuestro **sello *Join Life*** identifica las prendas del Grupo que están compuestas por las **materias primas más sostenibles** y los **procesos de producción más respetuosos con el medioambiente**.

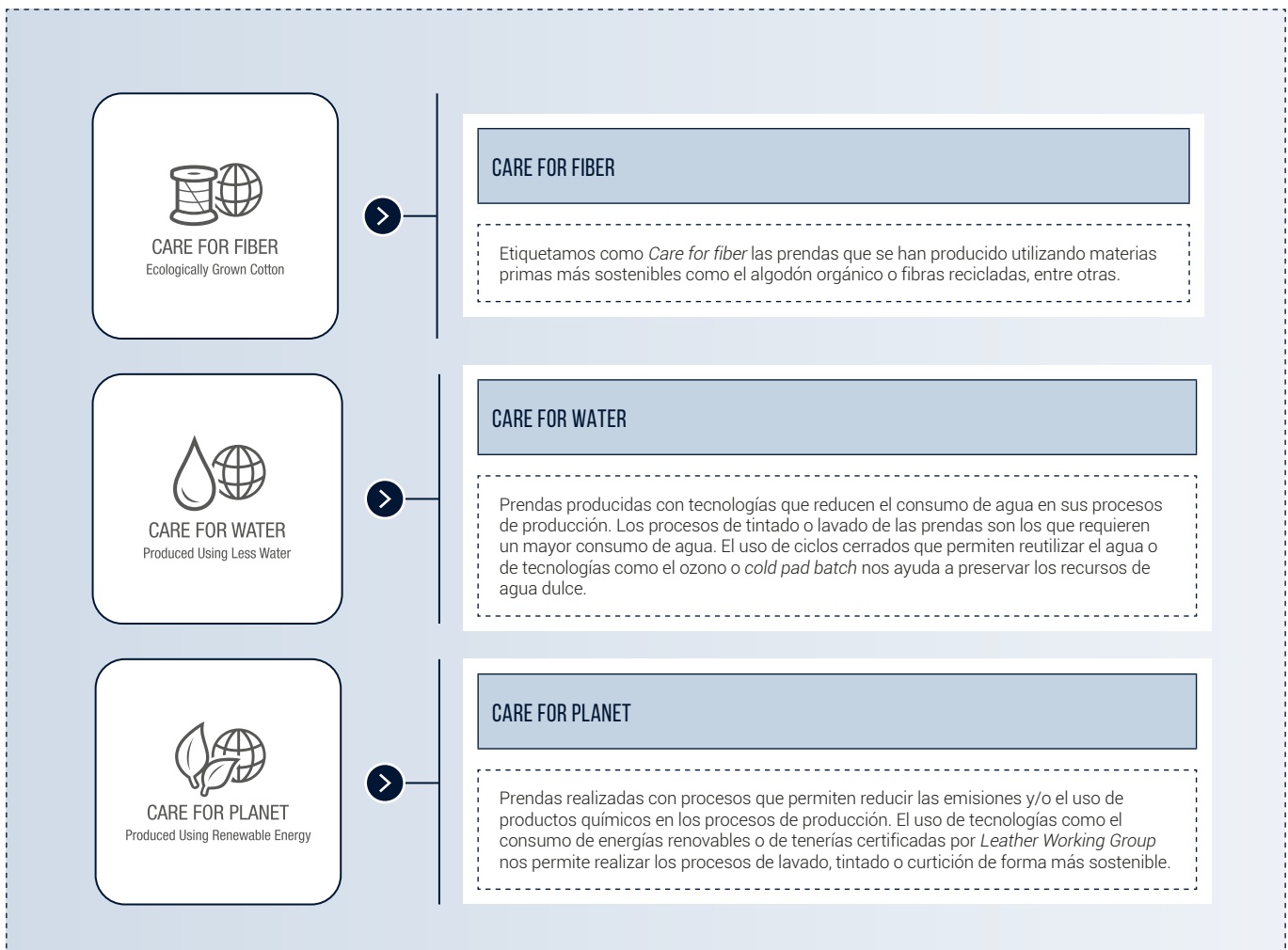
En Inditex trabajamos para que nuestras materias primas sean más respetuosas con el medioambiente, mediante el uso de materiales reciclados y materiales producidos de forma más sostenible. **Bajo nuestro estándar *Join Life***, clasificamos todas las prendas que se han producido utilizando procesos y materias primas que nos ayudan a reducir nuestro impacto, como el algodón orgánico, las fibras celulósicas artificiales o el poliéster reciclado. Además, este estándar está basado en la **metodología de Análisis de Ciclo de Vida (ACV) para evaluar el impacto ambiental y social del sector textil**. Este año hemos revisado y mejorado el estándar, haciéndolo más exigente y se han dado opciones de etiquetado más flexibles, por ejemplo, la combinación de varias materias primas más sostenibles en un producto, la combinación de distintos tipos de relleno sostenible o las prendas diseñadas a partir de distintos modelos de taras (*Remade*).



En 2020 hemos superado nuestro compromiso de alcanzar un **25% de prendas puestas en el mercado bajo el estándar *Join Life***, llegando a fabricar un **37,8% de unidades bajo esta etiqueta**.

Todas nuestras prendas *Join Life* se producen en proveedores clasificados con los mejores rankings (A o B) o con un firme compromiso de mejora a través de la realización de un Plan de Acción Correctivo tanto a nivel social como medioambiental, y **utilizan materias primas y procesos de producción que reducen el impacto medioambiental**, cumpliendo al menos uno de los siguientes tres requisitos:

 Más información en el apartado 4.3.3 *Evaluación y mejora continua*, subapartados b) *Auditorías Sociales* y e) *Mejora Continua: Planes de Acción Correctivos* del presente Estado de Información No Financiera.



En un **proceso de vigilancia continua** de la evolución de los estándares de materias primas, en el año 2020 hemos incluido, por ejemplo, la pluma/plumón *Join Life* (RDS), lana *Join Life* (RWS), y especialmente relevante por su evolución continua, las más recientes opciones sostenibles de viscosas.

Desde el 2012, somos miembros de la asociación **LWG (Leather Working Group)**, asociación de referencia en la industria del cuero para el control de productos químicos, afluentes, trazabilidad, cuidado animal y transparencia en la cadena de suministro de este material. Por nuestra parte, fomentamos que nuestros proveedores de piel sean miembros de LWG en todas sus categorías, y de manera

más estricta, solo aquellos miembros con puntuaciones más altas pueden formar parte de nuestro programa *Join Life*. En 2020, nos incorporamos al Comité Ejecutivo de dicha asociación, con el objetivo de seguir trabajando para identificar y compartir mejores prácticas en la industria del cuero, y mejorar el desempeño ambiental y la reducción de impactos.

Inditex está actualizando su iniciativa *Join Life*, en relación con el producto no textil. Se ha revisado el procedimiento para Zara Home, con materiales estándar que pueden ser utilizados en sus productos para convertirlos en *Join Life* (cerámica, vidrio, madera...).

INICIATIVAS DESTACADAS

FORMACIÓN

Durante este 2020 hemos desarrollado materiales formativos en cuanto a materias primas más sostenible, procesos húmedos y herramientas, para continuar formando a nuestros compradores, proveedores y cadenas. Estas formaciones se han impartido a los compradores, diseñadores y otros perfiles de Zara y también a los distintos responsables de *Join Life* en las cadenas para que pudieran continuar formando a sus equipos durante el año, un total de 2.016 empleados. También se han impartido formaciones en las oficinas locales, a un total de 200 empleados, para que a su vez pudieran formar a los proveedores.

GUÍA DE PRODUCTO SOSTENIBLE

Se ha facilitado a compradores y proveedores una guía de producto sostenible a través de nuestra herramienta de información interna. Esta guía proporciona conocimiento a los interesados desde nuestra estrategia social, a la clasificación de materias primas y procesos húmedos. Además, se ha elaborado un manual *Join Life* para proveedores.

INICIATIVAS COMERCIALES

En 2020 hemos llevado a cabo diversas iniciativas comerciales en las que el diseño de las colecciones partía de la selección de materiales especialmente sostenibles:

| MARCA | INICIATIVA COMERCIAL | LÍNEA | ACCIONES |
|-----------|---|--|---|
| BERSHKA | <i>Hack Denim I y II</i> | Prenda única | Fabricada al 100 % a partir de restos de prendas de stock antiguos. Etiquetado <i>Join Life RE-MADE</i> . |
| | <i>Colección B3</i> | Línea atemporal y unisex con prendas de alta calidad | Fabricada con algodón 100% orgánico. Tecnologías de reducción de consumo de agua. Etiquetado <i>Care for Fiber</i> y <i>Care for Water</i> . |
| OYSHO | <i>Colección Join Life – Summer</i> | Bañadores, trikinis y bikinis | Prendas compuestas por materiales reciclados. Poliamida reciclada, moquetas o retales de producción. También de poliéster reciclado producido a partir del reciclaje de botellas de plástico usadas. |
| ZARA | <i>Cosméticos Join Life Kids Perfume</i> | Línea compuesta por cinco fragancias unisex | 50% de bio-alcohol, procedente de cultivos ecológicos. Frasco 100% reciclable. <i>Packaging</i> compuesto por un 100% de papel FSC reciclado y un 30% de vidrio recuperado. |
| ZARA HOME | <i>Join Life Objetos</i> | Cuberterías y vajillas | Cuberterías de acero inoxidable y vajillas en gres, producidas usando energías renovables y tecnologías bajas en emisiones. Vidrio reciclado. |
| PULL&BEAR | <i>Proyecto de circularidad Colección Join Life: Historia de una camisa</i> | Camisa | Etiquetado <i>Care for Fiber</i> : al menos 50% algodón reciclado Ejemplo de obtención de fibra negra a través del triturado de otras prendas inservibles, fibra que no necesita proceso de tinte. Segunda vida a un hilo que podría haber acabado en un vertedero, generando una nueva prenda Se han reutilizado alarmas y cartones interiores Creación de empleo para la gestión del residuo en un centro especial de empleo. |

4.2.4. Salud y seguridad de nuestros productos

En Inditex disponemos de los más exigentes estándares de salud y seguridad de producto, de aplicación general y obligatoria a la totalidad de los artículos que comercializamos, y de referencia en las prácticas de fabricación de todos los proveedores de nuestra cadena de suministro.

El Grupo mantiene sus compromisos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también en cuanto a Salud y Bienestar y Producción y Consumo Responsables, con estándares de salud y seguridad que tienen el objetivo de asegurar la mayor calidad y seguridad de los productos químicos de la cadena de suministro y favorecer el uso de alternativas más seguras para la salud humana y el medio ambiente.

En colaboración con empresas tecnológicas, centros de investigación y laboratorios de referencia internacional, verificamos la correcta implantación de nuestros estándares a través de programas propios e innovadores que incluyen:

- La realización de **análisis** tanto **en los artículos** como **en los productos químicos empleados en su fabricación**.
- La ejecución de **auditorías recurrentes** tanto en las **instalaciones implicadas en la fabricación** de los artículos como **en las fábricas que producen los productos químicos empleados** en la elaboración de nuestros artículos.

 Más información en el apartado 4.3.3 *Evaluación y mejora continua*, subapartado c) del presente Estado de Información No Financiera.

Somos conscientes de que la industria textil y del cuero comprende diversas etapas y procesos en los que se utilizan productos químicos para transformar la materia prima desde las etapas iniciales de producción hasta la etapa final de confección.

Por ello, nuestra exigencia se extiende a la industria química, encargada de producir los colorantes, pigmentos y productos químicos auxiliares que se emplean en el sector textil y del cuero, en el marco del Programa **The List**.

 Más información en el apartado 4.2.2 *Elección de los materiales*, subapartado c) del presente Estado de Información No Financiera.

Con la premisa de trabajar por la excelencia de nuestros productos, **Inditex cuenta con un equipo científico y de expertos en tecnología que monitoriza las novedades y revisiones de las regulaciones en materia de salud y seguridad**. También se encarga de identificar las sustancias químicas utilizadas en la industria y de evaluar cada proceso en la fabricación de nuestros productos.



Este esfuerzo asegura que los artículos cumplen con los más altos niveles de salud y seguridad, independientemente de las regulaciones y normativas específicas que se apliquen en cada mercado.

Gracias a este proceso, Inditex va más allá de la Lista de Sustancias Restringidas al uso de la industria textil en la elaboración de nuestros estándares de producto. **Hemos aportado conocimientos adicionales que identifican las sustancias reguladas y controlan los procesos de fabricación, al tiempo que hemos propuesto el empleo de tecnologías alternativas para evitar las no conformidades.**

Este conocimiento es una referencia de gran utilidad para nuestros fabricantes y para el conjunto de la industria a la hora de garantizar la salud y seguridad de la producción.

a) Nuestros estándares de salud y seguridad de producto

Nuestras políticas están recogidas en los diferentes estándares internos desarrollados en materia de salud, seguridad y sostenibilidad medioambiental, y que engloba una gran variedad y tipología de artículos fabricados y comercializados por el grupo.

En el ejercicio de 2020, se revisaron todos nuestros estándares de salud y seguridad de nuestros productos (prendas, calzado y complementos, cosméticos, productos en contacto con comida, mobiliario infantil, velas y fragancias), trabajando en actualizaciones en respuesta a los nuevos requisitos legales y nuestros compromisos en sostenibilidad, incrementando su alcance a las nuevas tipologías de artículos que comercializamos para el público infantil.

Asimismo, para poder cumplir con nuestros compromisos medioambientales y, en particular, con el Compromiso ZDHC (*Zero Discharge of Hazardous Chemicals*), **contamos con una lista propia de Sustancias Restringidas de Fabricación (en adelante, LSRF)**. Nuestra LSRF, disponible en nuestra web corporativa y de aplicación a la totalidad de procesos de fabricación de nuestros productos, especifica las sustancias químicas sujetas a restricciones concretas o prohibidas para su uso.

 Más información en el apartado 4.1.3 *Nuestro enfoque en la gestión del agua*, subapartado d) del presente Estado de Información No Financiera.



Con la información generada en nuestros programas de control y en los procesos de actualización de nuestros estándares, podemos identificar nuevas sustancias utilizadas en la industria textil y del cuero y evaluar de forma continua su seguridad. De esta forma, si identificamos una nueva sustancia que impacte directamente en el medioambiente o en la salud, la integramos en nuestra LSRF y en nuestros estándares de producto.

Safe to Wear

Safe to Wear (StW) es **nuestro estándar de seguridad para todos nuestros productos de confección, calzado, complementos, fornituras y tejidos suministrados, de aplicación general y obligatoria**. Elaborado en colaboración con expertos internacionales en seguridad infantil, está alineado con la legislación más exigente en materia de seguridad de producto.

Además de regular el diseño, el grado de sujeción de las piezas pequeñas y los elementos cortantes y punzantes en los artículos para niños, restringe parámetros como la inflamabilidad de los tejidos, tanto en artículos infantiles como de adultos.

- A lo largo del 2020, hemos seguido trabajando en incluir cambios y nuevas regulaciones para la siguiente versión. Asimismo, **hemos trabajado en una nueva guía de producción más intuitiva y visual**, dentro del proceso de continua formación y asesoramiento a nuestros proveedores, **presentando los posibles riesgos de los diseños, así como sus alternativas y mejores prácticas de fabricación**.

Clear to Wear

Es nuestro estándar de salud de producto, de aplicación general y obligatoria a todos nuestros productos de confección, calzado, complementos, fornituras y tejidos suministrados.

Clear to Wear ha sido elaborado en colaboración con asesores científicos y tecnológicos, centros de investigación e instituciones académicas, de conformidad con la legislación más exigente en materia de salud de producto. Además de regular parámetros y sustancias de utilización legalmente limitadas, restringe el uso de algunas sustancias no contempladas en la legislación vigente que podrían ser potencialmente perjudiciales para la salud e incluye REACH (normativa propia de la Unión Europea que regula el Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Químicos) como regulación comunitaria de obligado cumplimiento para todos nuestros proveedores.

- Durante el 2020, hemos estudiado la potencial toxicidad de más de 1.800 sustancias con marcada preocupación medioambiental y para la salud humana; y evaluado su posible uso en las diferentes etapas de fabricación dentro de la industria textil y del cuero. Estas acciones están encaminadas a asegurar nuestro compromiso dentro del Plan Estratégico Medioambiental y el compromiso con nuestros clientes.

I+Cosmetics

Es **nuestro estándar de salud para todos nuestros productos cosméticos, de aplicación general y obligatoria.**

I+Cosmetics ha sido elaborado en colaboración con asesores científicos y tecnológicos, centros de investigación e instituciones académicas y de acuerdo con la legislación más exigente de salud de producto en el sector cosmético. Y, además de regular parámetros y sustancias de utilización legalmente limitada, **restringe el nivel máximo de impurezas permitidas en los materiales de partida.**

- En 2020 se ha implantado una nueva versión actualizada que recoge las novedades regulatorias en cosméticos y actualiza la primera edición publicada en 2017.

I+FCM

***I+FCM*, nuestro estándar de salud para todos los productos en contacto con la comida es también de aplicación general y obligatoria.** Y ha sido elaborado conforme a la legislación más exigente en salud y seguridad alimentaria.

Además de regular parámetros y sustancias de utilización legalmente limitada en todos los tipos de materiales empleados en artículos en contacto con la comida (polímero, goma, cerámica, vidrio, metal, papel y madera, entre otros) **restringe la transferencia, en condiciones de uso normal o previsible, de las sustancias químicas constituyentes de los artículos a los alimentos que entran en contacto con ellos.**

- Tras la consolidación de la implantación de su primera edición, en 2020 se ha actualizado el estándar con una segunda edición, que incluye las novedades regulatorias en la materia.

I+Home Fragrance & Candles

Es **nuestro estándar de salud y seguridad de producto de aplicación para velas, inciensos y otros productos de ambientación para el hogar.** Regula parámetros de seguridad y sustancias de utilización legalmente limitada. De la misma forma que el resto de estándares, busca asegurar que nuestros productos cuentan con las características necesarias para evitar riesgos a la salud del cliente.

- En 2020 se ha consolidado la implantación de la primera versión, diseñada en 2019, y se sigue trabajando en las posibles actualizaciones de este estándar para la próxima edición.

I+Child Care Furniture

Es el **estándar de Inditex de salud y seguridad de producto de aplicación para artículos de puericultura tales como cambiadores, tronas y cunas.** Regula parámetros de seguridad y sustancias de utilización legalmente limitada. De la misma forma que el resto de estándares, busca asegurar que nuestros productos cuentan con las características necesarias para evitar riesgos a la salud del cliente.

- En 2020 se ha consolidado la implantación de la primera edición ya publicada y se sigue trabajando en las posibles actualizaciones de este estándar para la próxima edición.

b) Procedimientos de control de salud y seguridad de producto

Las colecciones de Inditex están presentes en 202 mercados. Para garantizar que todos nuestros productos cumplen con los más exigentes estándares de salud, seguridad y sostenibilidad medioambiental, hemos desarrollado un programa exhaustivo de control y mejora que atañe a todas las fases de elaboración y que es de cumplimiento obligatorio para toda nuestra cadena de suministro.

Programa Picking

En 2011 diseñamos e implantamos *Picking*, **un programa de control y análisis** que, en colaboración con asesores científicos y tecnológicos y con el soporte de proveedores de servicios analíticos de referencia internacional, **persigue identificar de manera eficiente las no conformidades en artículos terminados durante la etapa de producción.**

En concreto, *Picking* es nuestro instrumento de referencia al estar en constante adaptación a nuestro modelo de producción y logística. De este modo, garantiza que todos los artículos que comercializamos cumplen con nuestros estándares de salud y seguridad.

Fase de diseño y fabricación

En la fase de diseño, las unidades de expertos de salud y seguridad de producto de cada una de nuestras marcas valoran el riesgo de los artículos. En la fase de fabricación, los inspectores externos toman muestras representativas de la producción *in situ* de la totalidad de artículos de riesgo, sobre la que los laboratorios realizan los análisis y ensayos.

El estudio detallado de estas muestras determina la aprobación, el rechazo o la necesidad de aplicar procesos de recuperación para que el producto cumpla con los estándares de Inditex.



Durante el año 2020 se han realizado 42.856⁽⁴⁾ inspecciones con la ejecución de 744.404 análisis y ensayos (56.352 inspecciones y 899.046 análisis en 2019, 63.420 inspecciones y 933.980 análisis en 2018, respectivamente).

La evolución del grado de cumplimiento inicial con los estándares de salud y seguridad de producto (*Clear to Wear* y *Safe to Wear*) se muestra a continuación:

| GRADO DE CUMPLIMIENTO | 2020 | 2019 | 2018 |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|
| CTW - SUSTANCIAS QUÍMICAS | 99,3% | 98,9% | 99,1% |
| CTW - PARÁMETROS | 99,3% | 98,8% | 98,6% |
| CTW | 98,6% | 97,8% | 97,7% |
| STW - PARÁMETROS | 99,9% | 99,8% | 99,8% |
| STW - DISEÑO | 99,8% | 99,7% | 99,8% |
| STW | 99,7% | 99,6% | 99,6% |
| CTW+STW | 98,3% | 97,4% | 97,4% |

Los laboratorios que dan soporte al programa, repartidos en los distintos clústeres de fabricación, son actores relevantes en el programa *Picking*. Por ello, **trabajan de forma estandarizada y con métodos analíticos innovadores, optimizados y sujetos a un estricto seguimiento de la calidad** de sus resultados y del servicio que aportan.

Contar con instrumentos de control para establecer de forma rápida y precisa la conformidad con nuestros estándares es un reto constante para Inditex. Por este motivo, y para complementar al Programa *Picking*, hemos puesto en marcha los llamados *Minilabs*, laboratorios portátiles del tamaño de un equipaje de mano, que permiten realizar ensayos de *screening* de seis sustancias y parámetros regulados en el estándar *Clear to Wear* en cualquier momento.

Gracias a *Minilabs*, realizamos ensayos en las propias fábricas, lo que mejora la eficiencia de nuestros sistemas de control.



En 2020 se realizaron 2.671 inspecciones Picking con Minilabs, que implicaron 27.431 análisis y ensayos de screening⁽⁵⁾.

Además de ello, y con el objetivo de ampliar la cobertura de este sistema, queremos ampliar el alcance a todos los países de fabricación, así como aumentar el número de sustancias y parámetros.

Con *Minilab* podemos tomar decisiones en el momento, como la posibilidad de recuperar y salvar una producción afectada antes de que sea entregada. Esta recuperación *in situ* genera un gran beneficio en sostenibilidad al minimizar el consumo de energía y agua debido al transporte de producciones afectadas y posterior recuperación o destrucción de las mismas. También es importante la sensibilización hacia el proveedor, puesto que el análisis se desarrolla en su presencia y en sus propias instalaciones.

Nueva evaluación del producto antes de su distribución

Concluido el diseño y la producción, todos los artículos se envían desde los países de fabricación a nuestros centros de distribución. Es entonces cuando nuestros técnicos de salud y seguridad evalúan los productos, supervisan los resultados de todos los análisis realizados y llevan a cabo inspecciones de seguridad de producto, especialmente sobre partes pequeñas, cordones y cordeles.

Adicionalmente, **realizamos análisis aleatorios de verificación de las producciones que recibimos en los centros de distribución**, para lo que empleamos también nuestros laboratorios internos y la red analítica de soporte al Programa *Picking*.

Si se detectasen modificaciones de diseño o incidencias en la evaluación de riesgo inicial de la producción, se realizan en este momento los análisis y correcciones adicionales necesarias para garantizar el cumplimiento de los estándares de Inditex.

(4) El número de inspecciones y número de análisis han descendido significativamente debido al efecto de la pandemia en el cierre de ciertos países de fabricación, y no obedece a ninguna modificación en la estrategia de evaluación de riesgos.

(5) 2.977 inspecciones y 36.929 análisis y ensayos de screening realizados en 2019; 1.276 inspecciones y 17.212 análisis y ensayos en 2018.



En 2020, se realizaron 20 auditorías in situ a laboratorios externos y 32 ejercicios de comparación, que implicaron el análisis de 6.915 muestras ⁽⁶⁾

Programa *Approval of Laboratories* (APPLABS)

Para establecer si una producción cumple con nuestros estándares, nos apoyamos en los ensayos de los laboratorios externos. Dado el modelo de producción y los límites estrictos de nuestros estándares, buscamos una reproducibilidad, precisión y exactitud máximas.

La confianza de estos laboratorios se cimienta en un programa de aprobación de laboratorios externos denominado *Applabs*, diseñado y desarrollado junto a la Universidad de Santiago de Compostela y con varias etapas:

La realización de **auditorías** in situ que verifican, entre otros aspectos, la **competencia técnica del personal del laboratorio y su diligencia con los análisis**.

La **monitorización de los resultados** de cada laboratorio mediante su comparación.
Aquellos cuyos **resultados se desvíen de los niveles de calidad** que demandamos se someten a **acciones correctivas** y, **en caso de no superarlas, se les excluye** de la red de laboratorios del Grupo.

La creación de **comités técnicos** mixtos para **debatir los problemas detectados, las acciones de optimización** o la **introducción de nuevos métodos de análisis**, entre otras cuestiones.

En 2020, se realizaron 20 auditorías in situ a laboratorios externos y 32 ejercicios de comparación, que implicaron el análisis de 6.915 muestras (13 auditorías, 30 ejercicios de comparación y análisis de 7.763 muestras en 2019; 9 auditorías, 17 ejercicios de comparación y análisis de 8.565 muestras en 2018).

Análisis de Causa Raíz (RCA)

Cuando un artículo no cumple con los requisitos de *Clear to Wear*, Inditex realiza un Análisis de Causa Raíz (*Root Cause Analysis*, RCA, por sus siglas en inglés) para entender qué ha sucedido y estudiar nuevas estrategias de mejora.

En los análisis RCA, **expertos textiles o del cuero evalúan las instalaciones** (tintorerías, lavanderías, curtidurías y estampaciones) **implicadas en la fabricación del artículo afectado para determinar el origen del problema**. Una vez que se ha identificado, se establece para la fábrica un **Plan de Acción Correctivo (PAC)**, que evite incidencias futuras.

En 2020, se realizaron 9 auditorías RCA

Los resultados evidenciaron que, en el 45% de los casos, el proveedor había empleado en la fabricación productos químicos no permitidos por *The List, by Inditex* y/o no había aplicado a estos productos los adecuados controles previos a la fabricación. La contaminación cruzada entre diferentes producciones que no siguieron las condiciones de fabricación adecuadas fue la causa del 11% de las no conformidades detectadas (27 auditorías RCA, 89% y 11% de los casos, respectivamente, en 2019; 47 auditorías RCA, 79% y 13% de los casos, respectivamente, en 2018)

La presencia de sustancias restringidas procedentes de las etapas de acondicionamiento de las materias primas provocó un 11 % de las no conformidades (0% en 2019 y 2% en 2018). Por último, en el restante 33% de las auditorías los resultados fueron no concluyentes (0% en 2019 y 4% en 2018).

Esta información nos sirve para enriquecer y retroalimentar nuestros programas, *Green to Wear* y *The List, by Inditex* y, con ello, garantizar la mejora continua de los mismos.

Optimización de análisis

En el marco de *Picking*, Inditex colabora con investigadores especializados en la industria textil en el **desarrollo de herramientas de predicción de las tecnologías de fabricación con mayor riesgo de generar no conformidades**.

(6) 13 auditorías, 30 ejercicios de comparación y análisis de 7.763 muestras en 2019; 9 auditorías, 17 ejercicios de comparación y análisis de 8.565 muestras en 2018).



Realizamos formaciones en cuestiones específicas y relevantes de los estándares de salud y seguridad.

De este modo, y en virtud de un proceso continuo de actualización y mejora, **podemos contrastar la conformidad con los estándares** en un mayor número de referencias y con un menor número de análisis. Todo ello sin variar el compromiso y máxima responsabilidad con la salud y seguridad de nuestros productos.

Recuperación de producciones con incumplimiento

Para poder reducir las producciones descartadas por las no conformidades con nuestros estándares, trabajamos con nuestros socios científicos y tecnológicos en su recuperación mediante la **eliminación de las sustancias causantes** de la *no conformidad*. En virtud de esta colaboración, hemos puesto en marcha **protocolos de recuperación** de producciones en casos de presencia de sustancias como arilaminas, fenoles, formaldehídos y ftalatos, así como para el perfeccionamiento de los excesos o defectos de pH.

c) Formación y sensibilización

Nuestro Grupo cuenta con equipos científicos y expertos tecnológicos que identifican novedades regulatorias, interpretan sus restricciones, seleccionan las metodologías analíticas de referencia y, en colaboración con la industria química, evalúan exhaustivamente los productos químicos y los procesos de fabricación donde puedan aparecer *no conformidades*.

Como parte de este minucioso proceso, el diseño de los estándares supera las limitaciones de una clásica **Lista de Sustancias Restringidas (LSR)**, con conocimientos adicionales que permiten, en primer lugar, **identificar los productos químicos y procesos de fabricación de riesgo** y, en segundo lugar, **proponer productos o tecnologías de fabricación alternativas que eviten estas no conformidades**. Estas informaciones son de gran ayuda para los fabricantes y resultan estratégicas en las acciones de formación e información de nuestra cadena de suministro.

De este modo, realizamos de manera habitual formaciones en cuestiones específicas y relevantes de los estándares de salud y seguridad, a las que asisten técnicos y directivos de los proveedores. En 2020, expertos de salud y seguridad de producto de nuestro departamento de Sostenibilidad realizaron actividades de formación y asesoramiento técnico en los principales clústeres de fabricación: Portugal, Marruecos, Turquía, China, Bangladés, India y Paquistán.

Al mismo tiempo, y de cara a la sensibilización de nuestros equipos de diseño y compra, hemos fortalecido las áreas de salud y seguridad de producto en todas nuestras cadenas con el fin de:

- Formar, de manera continua, a los equipos comerciales y de diseño en todas las materias relacionadas con la salud y seguridad del producto.
- Proporcionar asistencia técnica in situ a los equipos comerciales y de diseño.
- Reducir el tiempo requerido para la detección de posibles incumplimientos y proporcionar soluciones más ajustadas a la tipología específica de estos productos.

Estas unidades de expertos son debidamente actualizadas en sus conocimientos a través de sesiones formativas realizadas en colaboración con instituciones académicas y empresas científicas y tecnológicas.

Durante el 2020 se han impartido formaciones a nuevos equipos internos de la propia área de salud y seguridad de producto.

De igual manera, y motivado por las restricciones de movilidad como consecuencia de la situación excepcional de pandemia global, se ha tenido que adaptar la modalidad de formación desde un formato presencial a uno *online* en el caso de formaciones externas que han impartido nuestros equipos de salud y seguridad de producto de países.

4.3. Gestión sostenible de la cadena de suministro

La gestión responsable de Inditex de la sostenibilidad de cadena de suministro se articula en:

- El aseguramiento de la **trazabilidad** y el conocimiento profundo de nuestros proveedores y fabricantes.
- La aplicación de robustos **estándares y requisitos** de sostenibilidad **social y medioambiental** a nuestros proveedores y fabricantes.
- En el ámbito social: trabajamos para asegurar condiciones decentes de trabajo para los trabajadores de los proveedores y fábricas que forman parte de nuestra cadena de suministro.
- En el ámbito ambiental: desarrollamos iniciativas de producción sostenible, fomentamos el uso de fuentes de energía renovable y la reducción de emisiones, y garantizamos la salud y seguridad de nuestros productos.

Estos estándares se acompañan de un compromiso por nuestra parte con la aplicación de **prácticas de compra responsable**.

- La **verificación** de nuestros estándares y la **mejora continua** de la cadena de suministro.

Para poder aplicar nuestras políticas y procedimientos de sostenibilidad en toda la cadena de suministro es fundamental el trabajo en nuestros **12 clústeres de proveedores**, que concentran el 97% de la producción total: España, Portugal, Marruecos, Turquía, India, Bangladés, Paquistán, Vietnam, China, Camboya, Argentina y Brasil (12 clústeres y 96% de producción en 2019 y 2018). Estos clústeres son espacios de cooperación y diálogo, cuyo fin es promover un **entorno productivo sostenible** en un área geográfica estratégica y en un marco de cumplimiento de los Derechos Humanos y de respeto medioambiental.

En 2020, hemos continuado trabajando para asegurar el cumplimiento de nuestros principios **en todos los proveedores y fabricantes** de nuestra cadena de suministro, independientemente del proceso que realicen o del nivel de la cadena de suministro en el que se encuentren, incidiendo este año de manera más profunda en aquellos niveles y procesos más alejados del producto final.

Uno de nuestros objetivos primordiales en la gestión de la cadena de suministro es entablar una colaboración y apoyo continuo a lo largo de nuestra relación con los proveedores, y cooperar con ellos para mejorar sus propias cadenas de suministro. Así, formamos a nuestros proveedores, les apoyamos en la aplicación de nuestros estándares y requisitos, y trabajamos conjuntamente con ellos en pos de la mejora continua. Incluso estamos desarrollando proyectos piloto en los que analizamos la voluntad y la necesidad de asistencia técnica de nuestra cadena de suministro, para lograr los objetivos de sostenibilidad que definimos en Inditex y tratamos de acompañar a nuestros proveedores, con apoyo técnico, para alcanzar dichos objetivos y facilitar el acceso a la financiación sostenible.

4.3.1. Trazabilidad de nuestra cadena de suministro

En 2020, nuestra cadena de suministro se compuso de 1.805⁽¹⁾ proveedores directos (1.985 proveedores en 2019⁽²⁾), que a su vez utilizaron para nuestras producciones 8.543 fábricas⁽³⁾ (8.155 en 2019).

El aumento del número de fábricas respecto a 2019 está relacionado con los esfuerzos realizados por Inditex en el ahondamiento en la trazabilidad de los procesos relacionados con la transformación de materias primas (procesos de hilatura o tejeduría, por ejemplo), área en la que la Empresa ha incidido de especial manera en los últimos años.

La base fundamental para asegurar el cumplimiento de nuestros estándares y requisitos de sostenibilidad, tanto los que aplican directamente al producto como los que son de aplicación a las instalaciones involucradas en su fabricación, es la **trazabilidad**. Así, nuestro enfoque y énfasis en el aseguramiento de la trazabilidad nos permite garantizar el cumplimiento de los criterios sociales y medioambientales de los materiales y fábricas empleados en la producción de nuestros artículos a través de las herramientas y procesos en los que hemos trabajado en los últimos años.

(1) Proveedores de artículos de moda con producción superior a 20.000 unidades/año en las campañas primavera/verano y otoño/invierno 20. Los proveedores con producción inferior representan el 0,33% de la producción total.

(2) Los datos publicados en 2018 y 2019 no son comparables con los de 2020 debido a la ampliación del alcance en el reporte del número de proveedores y fabricantes efectuado en 2019.

(3) Fábricas declaradas por los proveedores en el sistema de gestión de fabricantes para los pedidos de 2020.





Para conseguir la trazabilidad de todos los actores y procesos que intervienen en la elaboración de nuestras prendas, realizamos las siguientes tareas:

1. **Exigimos a nuestros proveedores informar**, en todo momento, **de las fábricas** implicadas en nuestras producciones, desde la confección de las materias primas textiles hasta los procesos de acabado. En 2020 hemos revisado y reforzado el control de cumplimiento de nuestros procedimientos.
2. **Digitalizamos** la información a través de un "**Sistema de Gestión de Trazabilidad**" desarrollado internamente y que se encuentra en continua evolución. En 2020 cabe destacar que se han desarrollado nuevas funcionalidades para mejorar la calidad y el detalle de la información aportada en relación con la fabricación de tejidos gestionados directamente por el Grupo.
3. Verificamos *in situ* la autenticidad de la información declarada por los proveedores en el sistema de gestión, a través de Auditorías de Trazabilidad.

Durante el ejercicio 2020, se llevaron a cabo 1.342 auditorías de trazabilidad (1.396 y 2.546 auditorías en 2019 y en 2018, respectivamente).

Adicionalmente, validamos los materiales más sostenibles utilizados en nuestros productos mediante la implantación de procedimientos de trazabilidad que nos permiten asegurar el cumplimiento de los estándares aprobados para nuestro programa *Join Life*.

 Más información en el apartado 4.2.3. *Programa Join Life* del presente Estado de Información No Financiera.

La trazabilidad es asimismo un factor clave para garantizar la circularidad de nuestros productos.

 Más información en el apartado 3.7. *Circularidad* del presente Estado de Información No Financiera.

Muestra de nuestra visión global de la trazabilidad es la colaboración con la Comisión Económica para Europa de Naciones Unidas (UNECE por sus siglas en inglés) en su proyecto para emitir una Política de Trazabilidad basada en una visión holística de la misma, respondiendo a la creciente demanda de políticas y acciones legislativas para una conducta empresarial responsable a lo largo de las cadenas de valor globales.



Durante el ejercicio 2020, se llevaron a cabo 1.342 auditorías de trazabilidad.

4.3.2. Políticas, estándares y principios en los que basamos nuestra gestión de la cadena de suministro

Todos los proveedores y fábricas que intervienen en la producción de nuestros artículos están obligados de forma expresa y vinculante por los valores y principios de comportamiento ético del Grupo Inditex.

a) Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores

Nuestro **Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores** (en adelante, "CCFP") define los estándares mínimos de comportamiento ético y responsable que deben ser observados por todos los proveedores y fabricantes a lo largo de toda la cadena de suministro. Dichos valores y prácticas están basados en el **respeto a los Derechos Humanos y laborales**.

Entre los contenidos mínimos regulados en el CCFP, están los siguientes:

- Prohibición del trabajo forzado;
- Prohibición del trabajo infantil;
- Prohibición de la discriminación;
- Respeto a la libertad de asociación y a la negociación colectiva;
- Prohibición de abuso o de trato inhumano;
- Seguridad e higiene en el trabajo;
- Pago del salario;
- Horas de trabajo no excesivas;
- Empleo regular;
- Trazabilidad de la producción;
- Salud y seguridad del producto;
- Compromiso medioambiental;
- Confidencialidad de la información;
- Implementación del CCFP; y
- Comité de Ética de Inditex, como órgano de reclamación.

Para que un fabricante o proveedor pueda formar parte de la cadena de suministro de Inditex, debe aceptar expresamente el cumplimiento del CCFP y pasar auditorías en las que se compruebe que cumple con todos los requisitos del mismo. La verificación del incumplimiento de alguno de los estándares puede suponer el cese de la relación comercial con el proveedor.

El marco conceptual del CCFP se basa en:

- Los principios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (en adelante, "OCDE")
- El *Base Code* de *Ethical Trading Initiative*
- Los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas
- Los siguientes convenios de la OIT: 1, 14, 26, 29, 79, 87, 98, 100, 105, 111, 131, 135, 138, 142, 155, 164 y 182.

b) Green to Wear

En el ámbito ambiental, contamos con el estándar propio **Green to Wear**. Su objetivo es **minimizar el impacto medioambiental** de las fábricas de la cadena de suministro y **mejorar aspectos de salud y seguridad de los artículos**, así como impulsar mejores prácticas.


En él se hace especial hincapié en una correcta gestión del agua para impulsar la reducción de su consumo mediante las más avanzadas tecnologías, e incluye indicadores que evalúan la gestión sostenible y eficiente en áreas como materias primas, agua, tecnología y procesos, productos químicos, residuos y aguas residuales.

Al inicio de 2020, **evolucionamos notablemente el estándar**, que adquiere la denominación **Green to Wear 2.0**. (en adelante GtW 2.0), incorporando la gestión de sustancias químicas (recogidas hasta la fecha en el código *Ready to Manufacture*) y siendo parte fundamental el uso de nuestro programa *The List*, pieza clave para una buena selección de los productos químicos utilizados y que asegura la ausencia de sustancias peligrosas en las emisiones al medioambiente, así como en el producto.

 Más información en el apartado 4.2.2 *Elección de los materiales*, subapartado c) del presente Estado de Información No Financiera.

Este estándar es de aplicación a **todos aquellos proveedores o fabricantes** de nuestra cadena de suministro que realicen **procesos húmedos**.

A través de nuestro estándar *Green to Wear 2.0* y de nuestras auditorías ambientales, medimos nuestro grado de consecución de nuestro compromiso de Vertido Cero en 2020.

 Más información sobre nuestro compromiso Vertido Cero en el apartado en el apartado 4.2.2 *Elección de los materiales*, subapartado c) *Control de la materia prima* del presente Estado de Información No Financiera.

c) Prácticas de compra responsable

En Inditex somos conscientes de que un **enfoque responsable de las prácticas de compra** es una parte vital para lograr una **cadena de suministro más sostenible**. Por ello, **la cultura y los principios de sostenibilidad**



permeabilizan a todo el modelo de negocio, con especial importancia en el área de compras, ya que todas sus decisiones están sujetas a criterios de sostenibilidad.

Ejemplo de la alineación de los criterios de sostenibilidad con las decisiones de compra es el hecho de que **un proveedor o fabricante no puede formar parte de la cadena de suministro de Inditex**, ni realizar ninguna producción para el Grupo **si no ha superado previamente una auditoría de pre-assessment** en la que se verifica su cumplimiento con nuestros estándares de sostenibilidad. Posteriormente, una vez iniciada la relación comercial, los **criterios de sostenibilidad** continúan representando una **referencia para nuestros equipos de compra**.

Para asegurar esta alineación, en Inditex disponemos de sistemas que permiten a los compradores conocer en tiempo real información de los proveedores y fabricantes en materia de sostenibilidad, incluyendo su nivel de cumplimiento de los requisitos de Inditex en este ámbito.

Además, la **formación** de los equipos de compra en **sostenibilidad social y medioambiental** es continua, a fin de que no sólo conozcan e interioricen los principios de la Empresa, sino que puedan adoptar las mejores prácticas y realizar una compra responsable.

La **colaboración con la industria** es clave para la implementación de unas prácticas de compra responsable que sean uniformes y que permitan obtener el mayor impacto positivo posible al ser aplicadas por más de una empresa. En esta línea, Inditex colabora con otras marcas del sector textil y con *IndustriALL Global Union* en la iniciativa **ACT (Action, Collaboration, Transformation)** con el objetivo de transformar la industria textil y lograr salarios dignos para los trabajadores a través de la negociación colectiva, apoyada en prácticas de compra responsable.

4.3.3. Evaluación y Mejora Continua

a) Pre-Assessment

La primera verificación del cumplimiento de los requisitos de Inditex relativos a la gestión medioambiental y social se produce incluso antes de que el proveedor inicie su relación comercial con nosotros.

Esta verificación se realiza a través de las **auditorías de pre-assessment**, que consisten en una evaluación previa de todos los potenciales proveedores y fábricas, llevadas a cabo por auditores internos y externos, y sin previo aviso.

Con estas auditorías **se garantiza que solo aquellos proveedores y fabricantes que cumplen nuestros estándares** pueden formar parte de la cadena de suministro de Inditex.



Inditex realizó 3.062 auditorías de pre-assessment durante el ejercicio 2020 (2.789 y 2.177 auditorías en 2019 y 2018, respectivamente).

El aumento de las auditorías de *pre-assessment* experimentado en 2020 está relacionado con el esfuerzo realizado en el ahondamiento de la trazabilidad en lo que a fábricas con procesos relacionados con la transformación de materias primas se refiere.



Durante el ejercicio social 2020, se llevaron a cabo 5.689 auditorías sociales.

b) Auditorías Sociales

La verificación del cumplimiento del CCFP no sólo se realiza al inicio de la relación comercial con un fabricante o proveedor, sino que se evalúa de forma periódica, a través de **Auditorías Sociales**, que se realizan a todos y cada uno de los proveedores y fábricas que conforman nuestra cadena de suministro.

Las auditorías sociales tienen por objetivo **asegurar que los derechos fundamentales de los trabajadores implicados en nuestra cadena de suministro son respetados.**

La metodología de auditorías sociales utilizada por Inditex fue diseñada inicialmente en 2007, en colaboración con la Federación Internacional Sindical del Textil (hoy integrada en *IndustriALL Global Union*), la Universidad de Northumbria, y el *Centre for Business and Public Sector Ethics* de la Universidad de Cambridge.

Dicha metodología ha sido actualizada en varias ocasiones e incluye, entre otros procedimientos:

- Entrevistas a los trabajadores y a sus representantes (si los hubiera), así como a su gerencia.
- Revisión de documentación relacionada con las condiciones laborales de los trabajadores.
- Visitas a las instalaciones de la empresa auditada.

Las auditorías son llevadas a cabo por auditores externos independientes, así como por auditores internos, sin previo aviso de la fecha en que vaya a realizarse la revisión.

Durante el ejercicio 2020, se llevaron a cabo 5.689 auditorías sociales (6.411 y 5.359 auditorías en 2019 y 2018, respectivamente). El dato de auditorías del ejercicio debe leerse conjuntamente con el dato de planes de acción correctivos mostrado en el siguiente apartado, dado que en este año hemos intensificado la labor de acompañamiento en la mejora de proveedores y fábricas.

Según los resultados de esas auditorías, se muestra a continuación, el grado de cumplimiento de los distintos aspectos recogidos en el CCFP, para las fábricas activas de nuestra cadena de suministro en 2020⁽⁴⁾:

| | ÁFRICA | AMÉRICA | ASIA | EUROPA NO COMUNITARIA | UNIÓN EUROPEA |
|--|--------|---------|------|-----------------------|---------------|
| PROHIBICIÓN DE TRABAJO INVOLUNTARIO. | | | | | |
| PROHIBICIÓN DEL TRABAJO JUVENIL O DE MENORES ⁽⁵⁾ | | | | | |
| PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN. | | | | | |
| RESPECTO A LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA | | | | | |
| PROHIBICIÓN DE ABUSO O TRATO INHUMANO. | | | | | |
| HIGIENE EN EL TRABAJO. | | | | | |
| CUMPLIMIENTO EN MATERIA SALARIAL. | | | | | |
| HORAS DE TRABAJO. | | | | | |
| COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL. | | | | | |
| TRABAJO REGULAR. | | | | | |
| IMPLANTACIÓN DEL CÓDIGO ⁽⁶⁾ | | | | | |

● > 90 ● > 70 ● > 50 ● < 50

(4) No se incluyen fábricas bloqueadas en 2020

(5) Incluye la inexistencia de sistemas adecuados de verificación de la edad de los trabajadores.

(6) Incluye la inexistencia de sistemas adecuados de registro y comunicación a los trabajadores.



Durante el ejercicio social 2020, se han llevado a cabo 1.123 auditorías ambientales bajo nuestro estándar GtW 2.0.

Como resultado de las auditorías sociales, los proveedores y fabricantes son clasificados según su grado de cumplimiento del CCFP. En 2020, la clasificación de los proveedores activos es la siguiente:

| CLASIFICACIÓN | 2020 | | 2019 | | 2018 | |
|---------------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|
| | NÚMERO DE PROVEEDORES | PORCENTAJE (%) | NÚMERO DE PROVEEDORES | PORCENTAJE (%) | NÚMERO DE PROVEEDORES | PORCENTAJE (%) |
| A | 575 | 32% | 784 | 40% | 661 | 35% |
| B | 1.152 | 64% | 1.051 | 53% | 1.045 | 56% |
| C | 27 | 1% | 44 | 2% | 80 | 4% |
| SUJETO A PAC | 24 | 1% | 38 | 2% | 47 | 3% |
| PR | 27 | 1% | 68 | 3% | 33 | 2% |
| TOTAL | 1.805 | 100% | 1.985 | 100% | 1.866 | 100% |

| CLASIFICACIÓN | RESULTADO AUDITORÍAS |
|---------------|---|
| A | CUMPLE CON EL CCFP |
| B | INCUMPLE ALGÚN ASPECTO NO RELEVANTE DEL CCFP |
| C | INCUMPLE ALGÚN ASPECTO SENSIBLE PERO NO CONCLUYENTE DEL CCFP |
| SUJETO A PAC | INCUMPLIMIENTOS DEL CCFP QUE DESENCADENAN LA INMEDIATA IMPLANTACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN CORRECTIVO |
| PR | EN PROCESO DE AUDITORIA. |

c) Auditorías Ambientales

La **verificación del cumplimiento del estándar GtW 2.0** se evalúa de forma periódica, a través de **Auditorías Ambientales**, que se realizan a los proveedores y fábricas que pertenecen a la cadena de suministro de Inditex y que realizan **procesos húmedos**. Estas auditorías son llevadas a cabo por auditores externos independientes.

Estas auditorías incluyen, además de una visita a las instalaciones de la empresa anunciada y revisión de documentación, un análisis no anunciado de muestras de aguas residuales de cada una de las instalaciones auditadas y que se publica en la plataforma del ZDHC Gateway habilitada para tal efecto.

La realización de estas auditorías nos permite evaluar el cumplimiento de varios de nuestros compromisos en materia de sostenibilidad ambiental, entre los que destaca nuestro compromiso de Vertido Cero (o ZDHC, por sus siglas en inglés).



Durante el ejercicio social 2020 se han realizado 1.123 auditorías bajo este estándar.⁽⁷⁾

d) Auditorías Especiales

Las **Auditorías Especiales** están focalizadas en un área de mejora específica. Ejemplos de objetivos abordados en estas visitas son las evaluaciones técnicas estructurales, o la evaluación de las condiciones laborales de los trabajadores desde un punto de vista exclusivo de la salud y seguridad.

Durante el ejercicio 2020, se han llevado a cabo 781 auditorías especiales (1.619 y 1.982 auditorías en 2019 y 2018, respectivamente). La disminución en el número de auditorías especiales realizadas está relacionada con las restricciones derivadas de la pandemia de la covid-19.

(7) No se incluye el número de auditorías realizadas en 2019 y 2018, ya que, debido a la actualización del estándar GTW 2.0 y la consolidación en él de los anteriores estándares GTW y Ready to Manufacture, el número de auditorías reportado en ejercicios anteriores no es comparable.

e) Mejora Continua: Planes de Acción Correctivos

La gestión sostenible de la cadena de suministro tiene como pilar fundamental la mejora continua, siendo los Planes de Acción Correctivos (PAC) una de las herramientas principales que utilizamos con este fin. Éstos se llevan a cabo tras la identificación de incumplimientos tanto en las auditorías sociales como en las ambientales realizadas a los proveedores y fábricas de nuestra cadena de suministro.

Los dos objetivos fundamentales de los PAC son:

- Establecer medidas que mitiguen o subsanen potenciales incumplimientos del CCFP o del estándar GtW 2.0.
- Prevenir incumplimientos en el futuro.

Los Planes de Acción Correctivos incluyen objetivos y plazos exigentes que el proveedor tiene la obligación de ejecutar en tiempo y forma.

Para ello, contará con el **pleno apoyo de Inditex** que le acompañará en el proceso de mejorar las condiciones de los trabajadores y buscar el impacto positivo medioambiental. Además, en el caso de los incumplimientos del CCFP, **también podrá contar con el apoyo de otros grupos de interés, como organizaciones no gubernamentales, sindicatos u otras organizaciones de la sociedad civil.**

Dentro de nuestra metodología de control, se incluye el apoyo, seguimiento de la evolución y cumplimiento de

estos PAC por parte de nuestros equipos, incluyendo visitas de cualificación llevadas a cabo por nuestro personal.

La duración del PAC dependerá de la severidad de los incumplimientos detectados. En el caso de los incumplimientos más sensibles (clasificación Sujeto a PAC), la duración aproximada del PAC es de seis meses, durante los cuáles nuestros equipos apoyan a los proveedores y fabricantes en la implementación de las medidas correctivas necesarias. Finalizado este período, se realiza una nueva auditoría. En el caso de verificarse que el plan no ha sido superado, identificándose nuevamente incumplimientos críticos, la fábrica o proveedor será bloqueado y la relación comercial con Inditex será suspendida.

Es importante señalar que, en línea con nuestra filosofía de mejora continua, durante 2020 se ha ampliado el alcance del seguimiento exhaustivo realizado mediante estos Planes de Acción Correctivos a otras clasificaciones, no sólo a las fábricas con incumplimientos más sensibles.

- PACs de índole social: en 2020 se han llevado a cabo 715 Planes de Acción Correctivos. 303 de estos Planes se han realizado en fábricas con clasificación Sujeto a PAC (400 y 417 en 2019 y en 2018⁽⁸⁾, respectivamente) y 412 en fábricas con otras clasificaciones.

- PACs de índole ambiental: en 2020 se han llevado a cabo 490 Planes de Acción Correctivos (136 y 135 en 2019 y en 2018, respectivamente). 132 de estos Planes se han realizado en fábricas con clasificación Sujeto a PAC, y 358 en fábricas con otras clasificaciones.

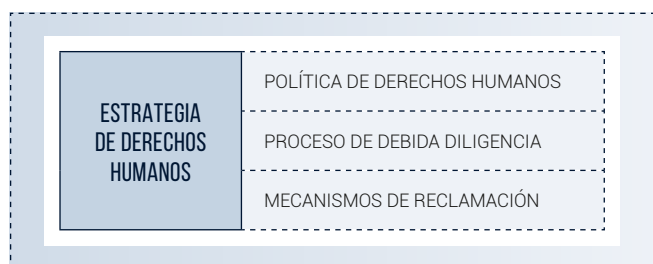


(8) En 2019 y 2018 sólo se reportaban los Planes de Acción Correctivos de índole social llevados a cabo en fábricas o proveedores con clasificación Sujeto a PAC.

4.4. Derechos Humanos

La estrategia de Derechos Humanos de Inditex se fundamenta en los Principios Rectores sobre las empresas y los Derechos Humanos aprobados en 2011 por el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas y se asienta en **nuestro compromiso con el respeto y la promoción de los Derechos Humanos.**

La estrategia está compuesta por **tres pilares fundamentales** integrados en todo el modelo de negocio.



En esta línea, cabe destacar la colaboración existente entre Inditex y Shift, entidad sin ánimo de lucro dirigida por D. John Ruggie, autor de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones

Unidas (en adelante, los **"Principios Rectores"**). Dicha colaboración consiste en el apoyo y asesoramiento por parte de Shift para el desarrollo de los procesos de debida diligencia, y en la participación por parte de Inditex en el *Business Learning Program*. Este programa reúne a un grupo de empresas multinacionales líderes en materia de sostenibilidad en sus correspondientes sectores de actividad, con la finalidad de desarrollar estrategias que impulsen las mejores prácticas en la materia en línea con los Principios Rectores.

Con base en los tres pilares de la estrategia y en nuestro compromiso con la sostenibilidad hemos desarrollado políticas, planes y estrategias individuales necesarios para reforzar el camino de la promoción y respeto de los Derechos Humanos, combinando esta óptica con nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Sin perjuicio de nuestro compromiso con todos los Derechos Humanos, en Inditex hemos identificado aquellos directamente relacionados con nuestra cadena de valor, a partir del análisis del modelo de negocio y de las expectativas de nuestros grupos de interés.



CRONOGRAMA DE NUESTRA ESTRATEGIA DE DERECHOS HUMANOS

2016

Aprobación de la Política de Derechos Humanos por el Consejo de Administración.



2017

Formación en procesos de debida diligencia de los Derechos Humanos al equipo de sostenibilidad social.



2018

Elaboración de la matriz de impactos en cadena de suministro e identificación de las áreas prioritarias.



2019

Definición y lanzamiento de la Estrategia de Sostenibilidad Social "Trabajador en el Centro 2019-2022".



2020

Desarrollo de la estrategia de sostenibilidad social.
Desarrollo de procesos de debida diligencia en otras áreas relevantes para la Compañía.

4.4.1. Política de Derechos Humanos del Grupo Inditex

La **Política de Derechos Humanos** de la Compañía está inspirada en la Carta Internacional de los Derechos Humanos de Naciones Unidas, en los principales convenios de la OIT, y en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, entre otros. La Política fue aprobada en diciembre del 2016 por el Consejo de Administración de Inditex, previa la emisión de informes favorables por la Comisión de Auditoría y Control (actualmente denominada Comisión de Auditoría y Cumplimiento) y por el Consejo Social. Esta Política se encuentra disponible en nuestra web corporativa.

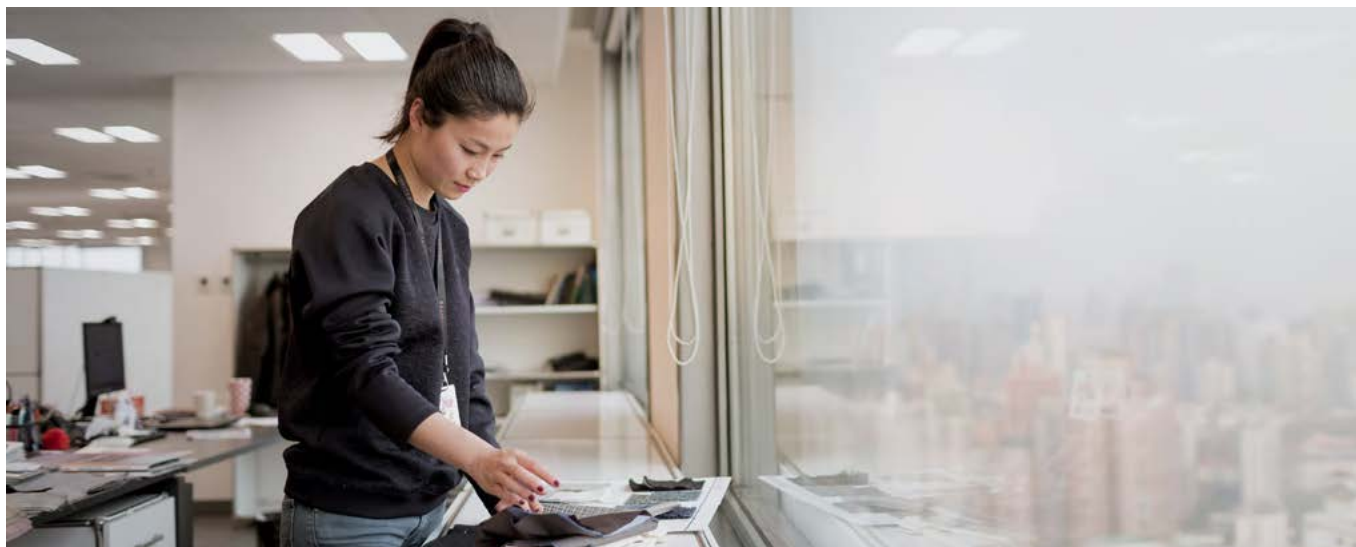
La Política refleja nuestra posición clara con respecto a la promoción y respeto de los Derechos Humanos de una manera transversal y aplicada a todos nuestros ámbitos de actuación y actividad.

El contenido de ésta refleja el compromiso de Inditex ya descrito anteriormente con el **fomento** del respeto de los Derechos Humanos tanto laborales como no laborales, y **la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible**. De la misma manera, la Compañía se compromete, apoyándose en distintas iniciativas, proyectos y otras políticas, a desempeñar un papel proactivo en la consecución de dichos objetivos, además de prevenir y/o mitigar cualquier potencial impacto negativo en los Derechos Humanos que pueda derivar de la actividad que desarrollamos.

4.4.2. Debida diligencia

A través del proceso de debida diligencia⁽¹⁾, en Inditex identificamos los potenciales impactos que nuestro modelo de negocio puede conllevar en los Derechos Humanos, para poder integrar los resultados en nuestros

(1) Se trata de procesos de diligencia debida complementarios a otros implantados en la Compañía como los descritos en el apartado 2.6.2. del presente Estado de Información No Financiera, sobre el Modelo de Prevención de Riesgo Penales.



procesos y hacer una gestión efectiva de éstos con la finalidad siempre de promocionar y respetar los Derechos Humanos en toda la cadena de valor. **El diseño de los procesos de debida diligencia involucra a áreas clave de la Compañía, como Recursos Humanos o Gestión de Riesgos.**

Como resultado de este proceso, que llevamos a cabo a lo largo de nuestra cadena de valor, se ha identificado a **la cadena de suministro como una de las áreas donde nuestra Compañía puede generar un mayor impacto.** En este sentido, contamos con estrategias y mecanismos específicos para la gestión sostenible de la misma.

En Inditex revisamos y actualizamos los procesos de debida diligencia de manera regular. Concretamente, **en este 2020** marcado por la covid-19 **nos hemos centrado en el impacto que la pandemia podía tener en los Derechos Humanos y, en concreto, en materia de salud y seguridad**, tanto en las operaciones internas, como en las relaciones comerciales que se mantienen con terceros, asegurando en todo momento el respeto de los Derechos Humanos de los propios empleados y de los trabajadores de la cadena de suministro.

i Más información en el apartado 2.1. *Respuesta a los desafíos globales derivados de la covid-19* del presente Estado de Información No Financiera.

De la misma forma, se ha continuado trabajando en las estrategias ya trazadas anteriormente. Por un lado, en relación con la promoción de los Derechos Humanos en la cadena de suministro, se ha continuado implementando la estrategia de sostenibilidad social **Trabajador en el Centro 2019-2022**, que se fundamenta en el proceso de debida diligencia y por el cual se identificaron las principales áreas de impacto en la cadena de suministro. Por otra parte, se ha continuado trabajando con otras áreas de la Compañía en el despliegue de los procesos de debida diligencia. Por ejemplo,

entre las acciones realizadas, se realizaron **formaciones en materia de debida diligencia y Derechos Humanos** al área de distribución. A éstas asistieron miembros de los principales equipos: distribución terrestre, marítima y aérea, así como del área de *e-commerce*. Las sesiones incidieron en la identificación de impactos en materia de Derechos Humanos en cada una de estas áreas.

i Más información en el apartado 3.6. *Contribución al desarrollo socioeconómico de los trabajadores y la industria* del presente Estado de Información No Financiera.

4.4.3. Mecanismos de reclamación

Los mecanismos de reclamación son **una pieza fundamental** dentro de la estrategia de Derechos Humanos de Inditex ya que **refuerzan nuestro proceso de debida diligencia apoyándose en la identificación de impactos negativos** antes de que estos sucedan, y en la cooperación para la reparación del potencial impacto en caso de que este haya sucedido.

El principal mecanismo de reclamación con el que cuenta Inditex es el Canal Ético gestionado por el Comité de Ética y disponible tanto para empleados internos de la Compañía, como para cualquier tercero con interés legítimo. Éstos pueden dirigir al Canal de manera confidencial y, en su caso, anónima, consultas y comunicaciones relacionadas con el cumplimiento o interpretación de la normativa interna de conducta.

i Más información sobre el *Comité de Ética y el Canal Ético* de Inditex apartado 2.6.2. c) del presente Estado de Información No Financiera.





5 Colaborar

En Inditex consideramos que todas las acciones tienen más fuerza cuando las compartimos y realizamos con terceros. En un año marcado por la pandemia, las donaciones, gestiones y acciones realizadas para paliarla han sido significativas. Asimismo, continuamos apoyando a las comunidades, especialmente donde desarrollamos nuestra actividad, y mantenemos relevantes alianzas globales y compromisos con la sociedad civil que consiguen potenciar y dar valor a todo lo que hacemos.

5.1. Donaciones covid




A raíz de la pandemia de la covid-19, activamos un **programa global de emergencia en materia de inversión en la comunidad** al que hemos destinado **40,4 millones de euros** y que ha tenido como objetivo responder a las necesidades de la sociedad en esta situación.

En España, hemos puesto a disposición de autoridades sanitarias, empresas y particulares toda la capacidad logística y de aprovisionamiento de nuestra Empresa para la adquisición y transporte de material sanitario.

Entre las adquisiciones de las administraciones públicas y donantes privados, incluyendo tanto las de la Fundación Amancio Ortega como las de la propia Inditex, hemos entregado más de 177 millones de unidades de material prioritario que han viajado en un total de 66 vuelos: 2.300 respiradores, 2,8 millones de mascarillas N95/FFP2, más de 120 millones de mascarillas quirúrgicas, 44 millones de guantes, 425.000 pantallas faciales, 540.000 buzos protectores, 1,5 millones de batas quirúrgicas, 350 camas hospitalarias, 1,9 millones de test y 17 robots para acelerar su procesamiento, entre otras.

En lo que respecta específicamente a Inditex, **hemos destinado 24,6 millones de euros a la adquisición y donación de material sanitario**. En concreto, hemos entregado más de 24 millones de unidades de material de protección sanitaria que incluye, entre otros, 463 máquinas respiradoras y ventiladores, 9,7 millones de mascarillas, 13,7 millones de guantes, más de 500.000 batas impermeables, 100.000 gafas protectoras y más de 200.000 geles sanitarios.

Asimismo, hemos donado a la **Confederación Gallega de Personas con Discapacidad (COGAMI) cinco líneas de producción automatizada de mascarillas quirúrgicas** con capacidad para producir 15 millones de unidades mensuales. En virtud de esta donación, valorada en 1,5 millones de euros, COGAMI ha puesto en marcha un centro especial de empleo sin ánimo de lucro acondicionado íntegramente por Inditex, que generarán puestos de trabajo para personas con discapacidad.

 Más información en el apartado 5.2. Inversión en la Comunidad, subapartado 5.2.4. Programas clave, del presente Estado de Información No Financiera

Igualmente, hemos producido en nuestras instalaciones **140.000 batas sanitarias impermeables** que han sido distribuidas en proximidad a través de las autoridades autonómicas.

En este sentido, cabe destacar la **participación** de Inditex, a petición de la UNE, en el grupo de expertos creado por la organización para la **redacción de la reciente norma española sobre mascarillas higiénicas, desechables y reutilizables** (UNE 0064:2020 y UNE 0065:2020), junto con la presencia de diferentes entidades. El resultado de este trabajo fue publicado y compartido por parte de la UNE con organismos de normalización a nivel europeo e internacional.

Además, hemos donado **30.651 artículos de la colección textil-hogar de Zara Home** (mantas, sábanas y almohadas, entre otros) a centros sanitarios y albergues de personas sin hogar; y **1.020.267 prendas y calzado para personas sin recursos especialmente afectadas por la pandemia**. Estos productos han sido distribuidos principalmente a través de organizaciones con las que mantenemos colaboraciones estables, tanto entidades sin fines lucrativos como Cruz Roja o Cáritas, como organismos públicos como el Ayuntamiento de A Coruña, la Xunta de Galicia o IFEMA/ Comunidad de Madrid, entre otros.

En otros mercados afectados por la pandemia en los que estamos presentes hemos realizado también contribuciones monetarias y en especie con carácter extraordinario.

En China, los esfuerzos se han centrado en la adquisición de material sanitario para su distribución a hospitales, a través de la *Tsinghua University Education Foundation* y de la *Hubei Provincial Charity Federation*. Gracias a esta colaboración, se han donado más de 2,5 millones de artículos de protección sanitaria.

De la misma forma, **en Brasil, Estados Unidos, Italia, México, Portugal, Reino Unido y Rumanía** hemos



ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

GENERACIÓN DE VALOR: RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



efectuado diversas aportaciones de carácter extraordinario a organizaciones sociales como Fundo Social de Sao Paulo (Brasil); *NewYork-Presbyterian Hospital*, *American Red Cross*, *The Door - A Center of Alternatives* y *Food Bank For New York City* (Estados Unidos); *Croce Rossa* y *Fondazione Costruiamo il Futuro* (Italia); Médicos Sin Fronteras y Alianza por el Centro Histórico (México); *Cruz Vermelha* (Portugal); *Women's Aid* (Reino Unido); y *Hospice Casa Sperantei* y *World Vision* (Rumanía), entre otras.

Adicionalmente, en coordinación con las diversas entidades sin ánimo de lucro con las que mantenemos una relación estable, **hemos reformulado nuestros programas de colaboración** para que pudieran atender las necesidades surgidas a nivel global como consecuencia de la pandemia. Estas iniciativas se han concentrado en **actividades relacionadas con la educación de emergencia, la prevención y la sensibilización, la seguridad alimentaria y la ayuda humanitaria**, en el marco de nuestras alianzas con organizaciones como Entreculturas, Cáritas, Médicos Mundi, *Every Mother Counts*, *Water.org* y Médicos Sin Fronteras.

 Más información en el apartado 5.2. *Inversión en la comunidad del presente* Estado de Información No Financiera

- Con **Entreculturas** hemos redirigido fondos de los Programas EPGO (*Educar Personas, Generar Oportunidades*) y *En las Fronteras de Colombia* a la compra de equipamiento para reducir la brecha digital que ha dejado a miles de niños y jóvenes fuera del sistema educativo; la adaptación y distribución de materiales didácticos para la educación a distancia; la sensibilización sobre medidas de higiene para la prevención de contagios; el apoyo psicosocial a personas en aislamiento; y el reparto de kits de higiene y de alimentos. La intervención de Entreculturas en el marco de nuestra cooperación se desarrolla actualmente en los siguientes 13 mercados: **Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Ecuador, España, Líbano, México, Paraguay, Perú, Sudáfrica, Uruguay y Venezuela.**

- **Water.org** ha reforzado distintas **iniciativas con sus socios locales** en Bangladés, Brasil, Camboya e India para promover la prevención y la higiene en zonas desfavorecidas, así como para garantizar la concesión de microcréditos para acceder a agua potable y saneamiento.

- Por su parte, nuestra colaboración con **Every Mother Counts (EMC)** ofrece cuidado maternal de calidad, justo y seguro a mujeres embarazadas en **Bangladés, India y Estados Unidos**. Ya que la irrupción de la covid-19 ha intensificado la crisis de salud maternal existente, haciendo todavía más difícil para las mujeres dar a luz con seguridad y dignidad, EMC ha ampliado y profundizado su apoyo para atender las necesidades de las madres, sus familias y quienes las cuidan en primera línea. La contribución de Inditex ha permitido que EMC haya podido movilizar sus esfuerzos en aquellas comunidades que se han visto especialmente afectadas

por la pandemia, con ayudas centradas en la educación y la teleasistencia sanitaria para las futuras madres y el colectivo profesional que las asiste.

- En cuanto a nuestro programa con **Médicos Mundi** en **Marruecos**, hemos colaborado con la Dirección Regional de Salud en la prevención de la transmisión de la covid-19 y dado apoyo a las trabajadoras del sector textil en Marruecos afectadas por esta crisis.

- Respecto a nuestra colaboración con **Cáritas** en materia de formación y empleo en **España**, hemos apoyado proyectos de capacitación laboral para paliar las consecuencias económicas de la pandemia en las personas más vulnerables. Se han buscado **alternativas para ofrecer formación online y se han cubierto los gastos de la adaptación de la formación presencial** a las medidas de seguridad necesarias. Además, se han incorporado módulos de competencias digitales en todas las formaciones. Adicionalmente, hemos garantizado la continuidad de las Empresas de Inserción de Cáritas, que generan empleo protegido para personas en situación de exclusión. Estas empresas tuvieron que parar su actividad durante el estado de alarma y han reconvertido su actividad para apoyar necesidades sociales surgidas en España a raíz de la pandemia.

- Por último, debemos destacar nuestra contribución económica estable con la **Unidad de Emergencias de Médicos sin Fronteras (MSF)**. Compuesta por una estructura central en España y equipos regionales en **República Democrática del Congo, República Centroafricana y Etiopía**, está haciendo frente a la emergencia desde el comienzo de la pandemia. Su intervención, tanto en España como a nivel global, se articula a través de tres ejes principales: **apoyar a las autoridades sanitarias para ofrecer atención a los pacientes con covid-19, proteger a las personas vulnerables y en riesgo, y mantener los servicios médicos esenciales**. Desde Inditex financiamos el presupuesto de la estructura de emergencias de MSF de forma sostenida desde 2011. Asimismo, en 2020 hemos apoyado los proyectos de acceso a la salud de la comunidad rohingya refugiada en **Bangladés** y de la población en **México**. La actividad de MSF en estos proyectos se concentra en el tratamiento a pacientes y en garantizar la mejor atención posible para la covid-19 y otros problemas médicos. También se ha impulsado la colaboración con las autoridades, la OMS y otros actores de la salud para limitar la propagación del virus.

Más allá de las donaciones realizadas por la Empresa, hemos también puesto en marcha diferentes iniciativas para facilitar la contribución voluntaria por parte de nuestros empleados al esfuerzo global para combatir la pandemia. Como resultado, estas **iniciativas lideradas por nuestra plantilla han conseguido recaudar más de 1,4 millones de euros a través de proyectos solidarios** en el ámbito de proximidad de nuestras sedes.

5.2. Inversión en la comunidad

Nuestro programa de inversión en la comunidad engloba las iniciativas que responden al compromiso de contribuir al desarrollo de la sociedad, especialmente en las áreas geográficas donde desarrollamos nuestra actividad. Estas iniciativas cumplen con los siguientes principios:

- Son **voluntarias**, porque no existe ningún tipo de obligación legal para su realización.
- **Sin ánimo de lucro** y/o enfocadas a un beneficio social y/o medioambiental, porque las organizaciones beneficiarias suelen participar de esta característica. No obstante, en ocasiones, también pueden suponer contribuciones que beneficien a entidades que no siempre son organizaciones de carácter no lucrativo, pero ofrecen un propósito para el bienestar social

En este sentido, entendemos la inversión en programas sociales como una **oportunidad de contribuir con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible** a través de la aplicación de nuestros recursos empresariales, tanto monetarios y en especie, como en tiempo de los empleados que conforman nuestra plantilla.

Nuestra estrategia de inversión en programas sociales se regula principalmente a través de la Política de Inversión en la Comunidad de Inditex, que se encuentra disponible en nuestra página web. Asimismo, las inversiones de Inditex en la comunidad se ejecutan principalmente a través de nuestra colaboración en proyectos concretos.

De este modo, priorizamos los proyectos estratégicos a largo plazo para actividades específicas, en colaboración con entidades sin fines lucrativos y siempre sujetas a un exhaustivo proceso de seguimiento y rendición de

cuentas, frente a las aportaciones esporádicas para los fines generales de estas entidades. Al mismo tiempo, sometemos las iniciativas sociales que componen nuestro programa de inversión en la comunidad a un exhaustivo proceso de medición de contribuciones, logros e impactos. Con esta finalidad, en Inditex empleamos la metodología de medición *Business Investment for Societal Impact* (B4SI), anteriormente denominada LBG, que se basa en los siguientes fundamentos de gestión:

- Asignar cuidadosamente las contribuciones en la comunidad.
- Medir los logros obtenidos.
- Evaluar el impacto de los distintos componentes del proyecto, con el objeto de valorar, por un lado, la procedencia del beneficio y, por otro, el programa en su conjunto.

En 2020, nuestro programa de inversión en la comunidad se ha materializado en el desarrollo de 703 iniciativas sociales que han beneficiado de manera directa a más de 3,3 millones de personas. En un año marcado por la pandemia de la covid-19, hemos intensificado nuestros esfuerzos, especialmente en actividades relacionadas con la salud, destinando más de 71,8 millones de euros a proyectos sociales, un 46% más que el año anterior. **La contribución total a iniciativas de inversión en la comunidad relacionadas con la covid-19 ha sido de 40,4 millones de euros.**

 Más información en el apartado 5.1. *Donaciones covid* del presente Estado de Información No Financiera.



Principales cifras en 2020

CONTRIBUCIONES



71,8 € millones
Inversión en programas sociales



178.000
Horas dedicadas por empleados a causas sociales



4,1 millones
Prendas donadas



97%
Contribuciones en proyectos estratégicos



703
Iniciativas sociales desarrolladas



92%
Inversión en áreas geográficas prioritarias

LOGROS



439
Organizaciones sociales apoyadas



3,3 millones
Beneficiarios directos



38,5 millones
Efecto multiplicador

IMPACTOS

En los beneficiarios ⁽¹⁾



351.000
Experimentaron cambio positivo en su comportamiento



50.000
Adquirieron nuevas habilidades



1,2 millones
Mejoraron su calidad de vida

En las organizaciones sociales ⁽²⁾



89%
Mejoraron sus sistemas de gestión



81%
Mejoraron su atención y dedicación a clientes



87%
Aumentaron su capacidad de emplear más personas

En nuestros empleados ⁽³⁾



95%
Mejoraron sus habilidades laborales



100%
Mejoraron su desarrollo personal



100%
Tuvieron un cambio positivo en su actitud

(1) Evaluación de impacto realizada sobre 3.272.473 beneficiarios directos.

(2) Evaluación de impacto realizada sobre 241 organizaciones sin ánimo de lucro apoyadas por Inditex en 75 proyectos estratégicos a largo plazo.

(3) Evaluación de impacto realizada a 75 empleados voluntarios en 7 países.



5.2.1. Contribuciones

En cuanto al tipo de contribución, la información se desglosa en las siguientes categorías:

- Las contribuciones **en dinero**, que se refieren a la cuantía monetaria total destinada por Inditex a la realización de programas sociales en colaboración con entidades sin fines lucrativos.
- Las contribuciones **en tiempo**, que aluden al coste proporcional de las horas de trabajo remuneradas de los empleados que han realizado actividades de índole social durante su horario laboral.

- Las contribuciones **en especie**, que son las donaciones de productos –principalmente ropa- a entidades sin fines lucrativos.

- Los **costes de gestión**, que incluyen los gastos estimados en los que se ha incurrido para la gestión general de los programas sociales.

En 2020 hemos incrementado de forma relevante las contribuciones monetarias respecto a anteriores ejercicios. Asimismo, en sintonía con la estrategia definida en nuestra política de inversión en la comunidad, hemos impulsado notablemente las contribuciones en tiempo de empleados durante el horario laboral, así como las contribuciones en especie.



Como resultado, **hemos donado 4,1 millones de artículos para causas sociales y nuestros empleados han dedicado más de 178.000 horas de su horario laboral a iniciativas sociales, muchas de ellas desarrolladas con el objetivo de mitigar los efectos negativos de la pandemia.**

Igualmente, los costes de gestión generales se han visto incrementados como consecuencia de la ampliación de las contribuciones realizadas.

| TIPO DE APORTACIÓN (EN EUROS) | 2020 | 2020% | 2019 | 2019% | 2018 | 2018% | VARIACIÓN 2018-2020 |
|-------------------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|---------------------|
| DINERO | 50.247.787 | 70% | 33.248.048 | 68% | 30.109.825 | 65% | 67% |
| TIEMPO | 5.341.060 | 7% | 3.668.531 | 7% | 3.542.309 | 8% | 51% |
| EN ESPECIE | 15.046.374 | 21% | 11.684.094 | 24% | 11.935.563 | 26% | 26% |
| COSTES DE GESTIÓN | 1.168.380 | 2% | 631.236 | 1% | 631.198 | 1% | 85% |
| TOTAL | 71.803.602 | 100% | 49.231.909 | 100% | 46.218.895 | 100% | 55% |

Asimismo, reportamos nuestras aportaciones voluntarias a la comunidad, de acuerdo con las siguientes categorías:

- Las **aportaciones puntuales**, que son donaciones de índole institucional a los objetivos generales de organizaciones sin fines lucrativos.
- La **inversión social**, que representa el compromiso estratégico a largo plazo en colaboraciones con la comunidad para apoyar actividades sociales específicas.
- Las **iniciativas alineadas con el negocio**, que son las iniciativas de interés social relacionadas directamente con la actividad ordinaria de la empresa.

En 2020, las contribuciones consideradas como estratégicas (inversión social e iniciativas alineadas al negocio) se han elevado de forma relevante con el objetivo de seguir maximizando la efectividad de nuestros proyectos sociales, en sintonía con la estrategia definida por nuestra política de inversión en la comunidad. **(Tabla 1)**.

En cuanto al área de actividad, **el 34% de nuestra inversión en la comunidad se destinó, de forma extraordinaria, al ámbito de la salud**, a través de la donación de material sanitario como consecuencia de la crisis sanitaria. Respecto a las áreas estratégicas definidas en la Política de Inversión en la Comunidad, un 56% de la inversión en programas sociales se ha destinado a actividades relacionadas con el bienestar social, la educación y la ayuda humanitaria. **(Tabla 2)**

En relación con el ámbito territorial de aplicación de los programas sociales, **nuestra Compañía prioriza las contribuciones estables en la comunidad, realizadas a nivel corporativo, en aquellas áreas geográficas en las que el Grupo desarrolla su actividad**, especialmente en los denominados clústeres de Inditex (definidos y enumerados en el apartado 3.6, Contribución al desarrollo socioeconómico de los trabajadores y de la industria, del presente informe). Asimismo, el ámbito de actuación de las filiales del Grupo en materia social se circunscribe a su ámbito nacional, desarrollando proyectos de proximidad que maximicen el impacto positivo en su ámbito de influencia. Como resultado, hemos destinado un 92% de la inversión en la comunidad a proyectos ejecutados en mercados estratégicos, tanto desde un punto de vista de localización de clústeres de proveedores – 74%– como de los mercados de localización de nuestras tiendas – 88%–. La inversión en programas sociales desglosada por área geográfica es como sigue: **(Tabla 3)**

Respecto a la contribución de Inditex a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, se ha identificado el ODS primario y secundario, si aplica, relativo a las iniciativas sociales desarrolladas durante el ejercicio. Como resultado de la pandemia, **durante 2020 la actividad en materia de inversión en la comunidad se ha concentrado en el ODS 3**. Además, y en sintonía con nuestra actividad, **hemos contribuido significativamente con los ODS 4, 5, 8, 10 y 12**. En concreto, hemos destinado un 94% de la inversión en programas sociales a iniciativas que han tenido alguno de estos ODS como objetivo principal. **(Tabla 4)**

(Tabla 1)

| CATEGORÍA (EN EUROS) | 2020 | 2020% | 2019 | 2019% | 2018 | 2018% | VARIACIÓN 2018-2020 |
|------------------------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|---------------------|
| APORTACIÓN PUNTUAL | 1.915.938 | 3% | 1.633.093 | 3% | 1.801.149 | 4% | 6% |
| INVERSIÓN SOCIAL | 55.242.082 | 78% | 36.668.336 | 75% | 36.179.975 | 79% | 53% |
| INICIATIVA ALINEADA CON EL NEGOCIO | 13.477.202 | 19% | 10.299.244 | 21% | 7.606.572 | 17% | 77% |
| TOTAL | 70.635.222 | 100% | 48.600.673 | 100% | 45.587.697 | 100% | 55% |

COSTES DE GESTIÓN EXCLUIDOS

(Tabla 2)

| ÁREA DE ACTIVIDAD (EN EUROS) | 2020 | 2020% | 2019 | 2019% | 2018 | 2018% | VARIACIÓN 2018-2020 |
|------------------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|---------------------|
| EDUCACIÓN | 7.518.126 | 11% | 8.501.897 | 17% | 7.468.318 | 16% | 1% |
| SALUD | 24.198.243 | 34% | 2.798.355 | 6% | 3.861.618 | 8% | 527% |
| DESARROLLO ECONÓMICO | 1.220.854 | 2% | 1.304.020 | 3% | 1.610.820 | 4% | -24% |
| MEDIO AMBIENTE | 4.680.860 | 7% | 5.446.742 | 11% | 3.586.327 | 8% | 31% |
| ARTE Y CULTURA | 988.654 | 1% | 1.221.122 | 3% | 870.924 | 2% | 14% |
| BIENESTAR SOCIAL | 21.506.246 | 30% | 19.646.921 | 40% | 19.098.184 | 42% | 13% |
| AYUDA HUMANITARIA | 10.522.239 | 15% | 9.681.616 | 20% | 9.044.621 | 20% | 16% |
| OTROS | 0 | 0% | 0 | 0% | 46.883 | 0% | N/A |
| TOTAL | 70.635.222 | 100% | 48.600.673 | 100% | 45.587.697 | 100% | 55% |

COSTES DE GESTIÓN EXCLUIDOS

(Tabla 3)

| ÁMBITO GEOGRÁFICO (EN EUROS) | 2020 | 2020% | 2019 | 2019% | 2018 | 2018% | VARIACIÓN 2018-2020 |
|------------------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|---------------------|
| ESPAÑA | 41.228.603 | 58% | 17.529.175 | 36% | 20.297.453 | 45% | 103% |
| EUROPA (SIN ESPAÑA) | 7.316.927 | 10% | 7.464.704 | 15% | 5.643.921 | 12% | 30% |
| AMÉRICA | 10.357.432 | 15% | 13.328.564 | 27% | 10.208.058 | 22% | 1% |
| ASIA Y RESTO DEL MUNDO | 11.732.259 | 17% | 10.278.231 | 21% | 9.438.265 | 21% | 24% |
| TOTAL | 70.635.222 | 100% | 48.600.673 | 100% | 45.587.697 | 100% | 55% |

COSTES DE GESTIÓN EXCLUIDOS

(Tabla 4)

| ODS (EN EUROS) | 2020 | 2020% | 2019 | 2019% | 2018 | 2018% | VARIACIÓN 2018-2020 |
|--|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|---------------------|
| 3. SALUD Y BIENESTAR | 28.371.255 | 40% | 7.375.925 | 15% | 7.260.232 | 16% | 291% |
| 10. REDUCCIÓN DE DESIGUALDADES | 12.901.353 | 18% | 9.682.236 | 20% | 9.294.145 | 20% | 39% |
| 12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE | 9.729.241 | 14% | 8.818.385 | 18% | 7.745.279 | 17% | 26% |
| 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | 7.259.969 | 10% | 7.859.961 | 16% | 8.334.396 | 18% | -13% |
| 4. EDUCACIÓN DE CALIDAD | 4.958.119 | 7% | 5.405.862 | 11% | 5.824.809 | 13% | -15% |
| 5. IGUALDAD DE GÉNERO | 3.422.346 | 5% | 2.581.715 | 5% | 1.687.518 | 4% | 103% |
| OTROS | 3.992.939 | 6% | 6.687.997 | 14% | 5.441.318 | 12% | -27% |
| TOTAL | 70.635.222 | 100% | 48.412.082 | 100% | 45.587.697 | 100% | 55% |

COSTES DE GESTIÓN EXCLUIDOS

5.2.2. Logros

En 2020, hemos desarrollado **703 iniciativas sociales**, frente a las 670 ejecutadas en el año anterior. Estas iniciativas **han beneficiado de manera directa a 3.313.581 personas**, lo que representa un 36% más que en el anterior ejercicio. En cuanto a la tipología de beneficiario directo, un desglose por situación es como sigue:

| TIPO DE BENEFICIARIO DIRECTO | 2020 | | 2019 | | 2018 | | VARIACIÓN 2018-2020 |
|--|------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|-------------|---------------------|
| | Nº DE PERSONAS | % | Nº DE PERSONAS | % | Nº DE PERSONAS | % | % |
| PERSONAS QUE VIVEN EN PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO | 1.036.549 | 31% | 923.118 | 38% | 851.196 | 35% | 22% |
| PERSONAS REFUGIADAS | 128.835 | 4% | 131.085 | 5% | 315.130 | 13% | -59% |
| PERSONAS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD | 65.452 | 2% | 219.275 | 9% | 595.727 | 25% | -89% |
| PERSONAS INMIGRANTES | 39.473 | 1% | 92.601 | 4% | 101.171 | 4% | -61% |
| OTROS PERFILES ⁽¹⁾ | 2.043.272 | 62% | 1.075.221 | 44% | 562.415 | 23% | 263% |
| TOTAL | 3.313.581 | 100% | 2.441.300 | 100% | 2.425.639 | 100% | 37% |

Respecto al **número de organizaciones sociales apoyadas** por Inditex en 2020, hemos realizado contribuciones a un total de 439 entidades sociales (ver apartados 5.1. "Donaciones covid" y 5.2. "Inversión en la Comunidad", subapartado "Proyectos clave"). En 2019 y 2018, el número de organizaciones sociales beneficiarias fueron 421 y 413 respectivamente.

En cuanto al **efecto multiplicador**, los recursos adicionales atraídos por nuestros programas sociales, como resultado de la contribución por parte de terceros – empleados, clientes, etc. – ascendieron a 38,1 millones de euros en 2020. La mayor parte del **efecto multiplicador** generado corresponde a las iniciativas *Water.org* –a partir del capital adicional liberado por entidades microfinancieras–, *Moda Re-* –a través de la recogida de ropa– y a las donaciones efectuadas por nuestros empleados a través de sus nóminas.

(1) "Otros perfiles" hace referencia a personas que sufren alguna enfermedad, de bajos ingresos, con discapacidad, en situación de desempleo, o que pertenecen a minorías étnicas, entre otros.



Dow Jones Sustainability Index 2020 ha distinguido a Inditex como la compañía líder de su sector en la categoría de inversión social y filantropía.

5.2.3. Impactos

a) Impactos en la comunidad

Impacto en las personas

Analizamos los efectos producidos sobre los beneficiarios como consecuencia de los programas sociales desarrollados, tanto desde una perspectiva de profundidad como de tipo de impacto.

En cuanto a la **profundidad del impacto**, los efectos producidos sobre los beneficiarios de los proyectos se desglosan en las tres siguientes categorías, siendo mutuamente excluyentes las cifras computadas en cada nivel de profundidad:

- La **sensibilización**, que representa a las personas sensibilizadas que han percibido un cambio limitado como resultado de una iniciativa.
- La **mejora**, que son las personas que han experimentado una mejora sustancial en sus vidas como resultado del proyecto.

- La **transformación**, que son las personas que han sufrido un cambio fundamental en sus circunstancias como resultado de las mejoras experimentadas.

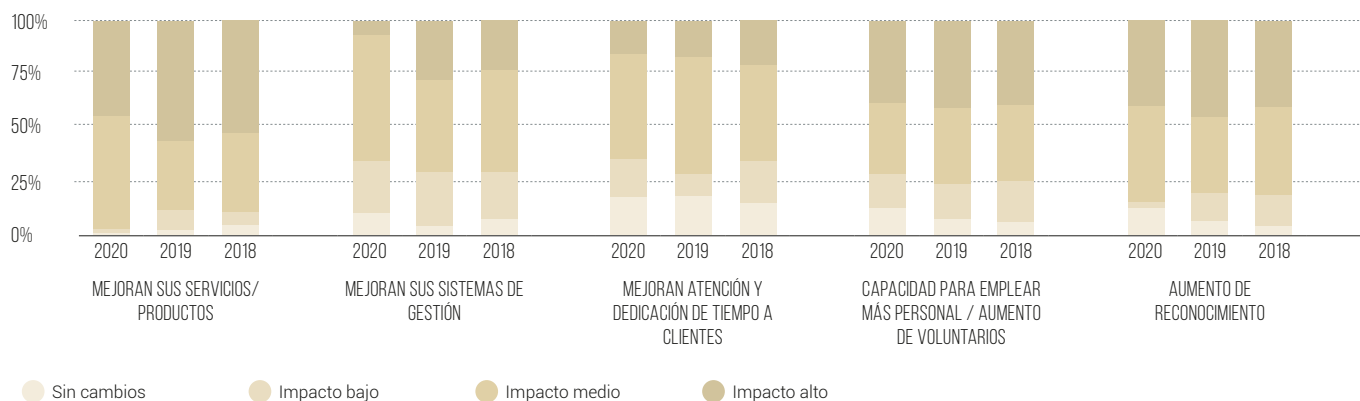
En relación con el **tipo de impacto**, se dividen los cambios producidos sobre los beneficiarios en las siguientes tres categorías, de tal forma que un mismo beneficiario ha podido experimentar varios tipos de impacto:

- El **cambio positivo en el comportamiento**, que supone que la actividad ha contribuido a generar cambios de comportamiento que mejoren la vida de las personas. Asimismo, supone que la actividad ha permitido cambiar actitudes negativas o prejuicios y ha facilitado que las personas tomen mejores decisiones.
- El **desarrollo de habilidades**, que determina que la actividad ha contribuido a desarrollar nuevas habilidades o mejorar las existentes permitiendo a las personas desenvolverse en un contexto académico, social o físico.
- La **mejora en la calidad de vida**, que señala que la actividad ha contribuido a que las personas estén más sanas o más felices, ya que han mejorado su bienestar físico, emocional o social.

| IMPACTO EN LAS PERSONAS | 2020 | 2019 | 2018 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| NÚMERO DE BENEFICIARIOS DIRECTOS DE LOS CUALES SE HAN MEDIDO RESULTADOS | 3.272.473 | 2.406.380 | 2.401.131 |
| PROFUNDIDAD DE IMPACTO (Nº DE BENEFICIARIOS QUE:) | | | |
| FUERON SENSIBILIZADOS COMO RESULTADO DE LA INICIATIVA | 2.147.665 | 1.108.752 | 599.741 |
| CONSIGUIERON UNA MEJORA COMO RESULTADO DE LA INICIATIVA | 791.219 | 890.818 | 1.450.128 |
| CONSIGUIERON UNA TRANSFORMACIÓN COMO RESULTADO DE LA INICIATIVA | 333.589 | 406.810 | 351.262 |
| TIPO DE IMPACTO (Nº DE BENEFICIARIOS QUE:) | | | |
| EXPERIMENTARON UN CAMBIO POSITIVO EN SU COMPORTAMIENTO O ACTITUD | 351.101 | 374.548 | 324.788 |
| ADQUIRIERON NUEVAS HABILIDADES O MEJORARON SU DESARROLLO PERSONAL | 50.079 | 71.321 | 59.921 |
| EXPERIMENTARON UN IMPACTO POSITIVO EN SU CALIDAD DE VIDA | 1.158.212 | 1.300.898 | 1.743.085 |

Impacto en las organizaciones sociales

Además del análisis del impacto sobre las personas beneficiarias de nuestros proyectos sociales, evaluamos los efectos producidos sobre las organizaciones sociales beneficiarias como consecuencia de los proyectos de inversión en la comunidad desarrollados.



2020: Evaluación realizada sobre 241 organizaciones sin ánimo de lucro apoyadas por Inditex en 75 proyectos estratégicos a largo plazo.
 2019: Evaluación realizada sobre 207 organizaciones sin ánimo de lucro apoyadas por Inditex en 72 proyectos estratégicos a largo plazo.
 2018: Evaluación sobre 237 organizaciones sin ánimo de lucro apoyadas por Inditex en 81 proyectos estratégicos a largo plazo

b) Impactos en la empresa

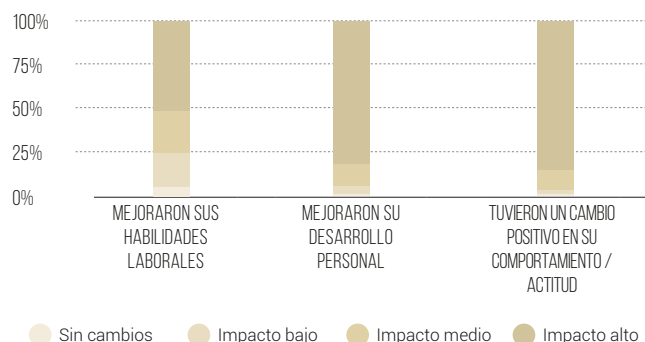
Adicionalmente a la evaluación de impacto sobre la comunidad, tanto en las personas como en las organizaciones sociales, analizamos el retorno para la Empresa derivado de la inversión en programas sociales, tanto desde la perspectiva de los empleados participantes como de la propia Empresa.

Impacto En Los Empleados

El **impacto en los empleados participantes** se refiere al cambio producido una vez realizada la iniciativa social promovida por la Empresa. El marco metodológico que empleamos pregunta, a través de encuestas, acerca de 15 subindicadores para captar el impacto en los empleados participantes y los agrupa en tres indicadores clave: desarrollo de habilidades, mejora personal y cambio positivo en la percepción de la empresa.

- **Mejora de las habilidades personales:** indicador relacionado con las competencias, habilidades o conocimientos técnicos desarrollados por los empleados tales como el trabajo en equipo, la comunicación, el liderazgo, etc.
- **Mejora del desarrollo personal:** indicador que mide cambio personal experimentado por el empleado en términos de autoestima u orgullo de pertenencia, etc.
- **Cambio positivo en su actitud con respecto a la Empresa:** indicador referido al cambio que el empleado puede haber obtenido respecto a su actitud en

relación con la empresa como mayor compromiso con el proyecto empresarial o más participación en voluntariado, etc.



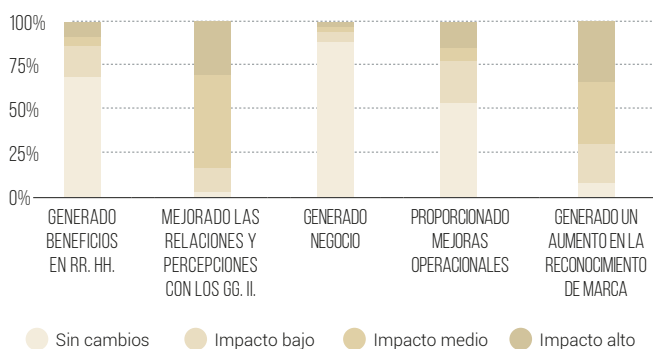
2020: Evaluación de impacto realizada sobre 75 voluntarios en 7 países.

Impacto en la empresa

Respecto al impacto en la propia empresa, analizamos el retorno en función de las siguientes cinco áreas:

- **Beneficios de Recursos Humanos:** mejoras en la Empresa a través del aumento del compromiso, la contratación o el desempeño, vinculados a la iniciativa social realizada.
- **Mejora de las relaciones y de la percepción de los grupos de interés:** mejora de la percepción por parte de los grupos de interés externos, especialmente formadores de opinión como resultado de la iniciativa social desarrollada.

- **Negocio generado:** contribución a nuevos negocios tales como el aumento de las ventas vinculadas a actividades de marketing con causa o nuevas oportunidades de mercado.
- **Otras mejoras operativas:** indicador relacionado con aspectos tales como aumento de la resiliencia de los proveedores y / o la cadena de distribución.
- **Aumento del reconocimiento de marca:** generación de beneficio a través de una mejora en el conocimiento de la marca a través, por ejemplo, de una mayor cobertura en medios.



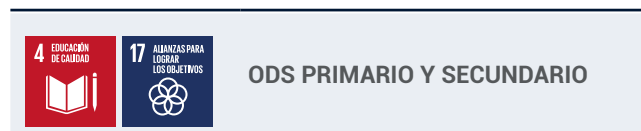
2020: Evaluación de impacto realizada sobre las 703 iniciativas desarrolladas en el ejercicio.

con cuatro proyectos para colectivos vulnerables y en riesgo de exclusión social.

El impacto de la pandemia y las restricciones impuestas en todos los países han marcado el primer año del programa y añaden nuevas necesidades y desafíos en la respuesta a la población atendida. Se estima que la covid-19 ha acarreado una crisis educativa que ha afectado al 91% de la población escolar y con diversas consecuencias asociadas como el déficit alimentario en la infancia, la escasez de espacios de protección o el aumento de la brecha digital, entre otras. Por este motivo, los proyectos del Programa EPGO III se han ajustado para responder a las nuevas problemáticas.

A lo largo del ejercicio, Entreculturas y sus contrapartes sobre el terreno han atendido, con el apoyo de Inditex, a 76.667 personas. De ellas, 14.972 han accedido a educación de calidad, 12.569 han recibido formación profesional, 4.056 han recibido atención sanitaria y 4.009 han obtenido un empleo, entre otros aspectos.

Cátedra de Refugiados y Migrantes Forzosos



Desde su creación en 2016, la Cátedra Inditex de Refugiados y Migrantes Forzosos de la Universidad Pontificia Comillas ha desarrollado diversas actividades relacionadas con la investigación, las prácticas en terreno y la difusión y sensibilización sobre los fenómenos migratorios.

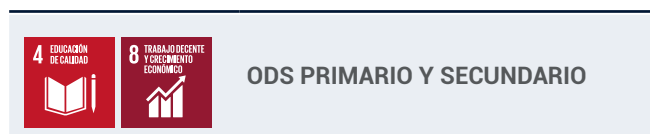
Por un lado, continua la colaboración con organizaciones que trabajan en terreno con migrantes forzosos y refugiados. Esto ha permitido que, en 2020, un total de 17 postgraduados de los másteres de cooperación y migraciones hayan hecho prácticas en organizaciones nacionales e internacionales –SJR, Entreculturas, SJM–, con el fin de trabajar directamente con migrantes en países como la R.D. del Congo, Sudáfrica, Etiopía, Camerún, Bélgica, Grecia, España, etc.

La cátedra también ha puesto en marcha investigaciones para conocer la realidad de las personas refugiadas e inmigrantes y mejorar los programas y proyectos de actuaciones con ellos. Por ejemplo, ha sido pionera en el estudio del proceso de integración y el sistema de acogida oficial español. Una segunda investigación, en curso, tiene que ver con una encuesta nacional a personas refugiadas e inmigrantes en España. Por otro lado, se están analizando los resultados de una extensa investigación sobre las relaciones de convivencia y/o conflicto entre la población

5.2.4. Programas clave

a) Educación

EPGO III



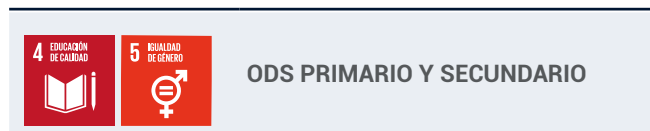
En 2020 ha arrancado el Programa EPGO (Educar Personas, Generar Oportunidades) III, una iniciativa trienal que define la colaboración de Entreculturas e Inditex y que cuenta con tres líneas de acción: educación, empleo y ayuda humanitaria. El programa pretende aumentar las oportunidades de más de 200.000 personas, especialmente niñas y mujeres vulnerables. En esta tercera edición de EPGO, España se incorpora al listado de países participantes (Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador, Líbano, México, Paraguay, Perú, Sudáfrica, Uruguay y Venezuela),

nativa y la de origen inmigrante en barrios populares. Finalmente, se está elaborando una encuesta a refugiados y migrantes para ampliar el campo de estudio.

También están en marcha tres tesis doctorales sobre temáticas relacionadas: integración sociolaboral de migrantes en el ámbito rural; integración y capital social; y un análisis con perspectiva de género sobre el sistema español de acogida e integración de refugiados. Todas se están realizando en colaboración con centros de investigación –Deusto, Harvard University, Oxford University, Universidad Ramón Llull etc.–, y con organizaciones sociales –SJM, Cáritas Española, Intermon OXFAM, Embajada de México en España, Save the Children, etc.–, para reforzar la calidad académica y la transferencia de resultados a la sociedad.

La cátedra es además muy activa en la sensibilización y transferencia de conocimiento a través de diferentes medios: jornadas nacionales e internacionales, presentación de resultados, presencia en medios de comunicación y un seminario permanente sobre refugiados con las principales organizaciones sociales y académicas, entre otros. Los seminarios abarcan áreas diversas y de actualidad, desde las políticas y prácticas de integración en Reino Unido al Ingreso Mínimo Vital o los procesos de regularización en España.

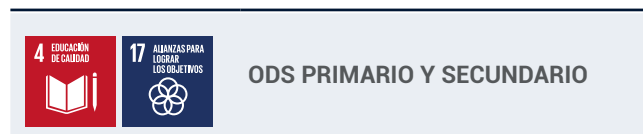
Cátedra de lengua y cultura españolas



La Cátedra Inditex de lengua y cultura españolas en la Universidad de Daca (Bangladés) es un proyecto de cooperación entre la universidad local y las Universidades de A Coruña y Santiago de Compostela. Desarrolla su actividad en Bangladés desde el año 2011 y cuenta con una plantilla de cinco profesores españoles y dos ayudantes de profesor locales, que están siendo formados por los profesionales a cargo del proyecto.

Actualmente, la Cátedra enseña español a 520 estudiantes bangladesíes, la mitad de ellos mujeres, y organiza actividades culturales abiertas para los alumnos de la Universidad de Daca y para la sociedad en general. La emergencia sanitaria derivada de la covid-19 provocó que la Universidad de Daca cancelase sus actividades en marzo de 2020 y crease cursos *online* alternativos. La pandemia ha mermado también las actividades culturales, que se han reducido a un seminario de estudios hispánicos, varios talleres y un concierto, si bien se ha logrado mantener la actividad.

Programa de colaboración Inditex-UDC



InTalent

InTalent es un programa promovido por la Universidad de A Coruña (UDC) y financiado por Inditex para la captación, retorno -en su caso- y gestión de talento investigador excelente. Para ello, se contrata, en régimen de concurrencia competitiva, a investigadores posdoctorales con proyección y amplia trayectoria internacional, procedentes de cualquier parte del mundo.

Los investigadores que acceden al programa deben acreditar un mínimo de tres años de experiencia postdoctoral, al menos dos años de experiencia internacional en centros de I+D de reconocido prestigio, trayectoria investigadora excelente, capacidad de generar conocimiento nuevo, potencial como investigadores independientes y una prometedora carrera científica.

InTalent ofrece a los investigadores un contrato con un salario competitivo, estabilidad profesional y una partida presupuestaria para desarrollar su proyecto. Los investigadores, además, imparten docencia en los grados y postgrados de la UDC, y colaboran con la propia institución en actividades de divulgación.

Durante los cuatro primeros años del programa se han realizado tres procesos de selección de candidatos en los que han participado 316 investigadores de 48 nacionalidades. Los seis investigadores incorporados han conseguido reconocimientos de ciencia excelente en áreas tan diversas como el desarrollo biomédico de sensores inteligentes para enfermedades degenerativas y de nanomateriales para la regeneración celular; la obtención de biomateriales para la regeneración de cartílagos en humanos; la antropología social en comunidades rurales; las disrupciones históricas en el proceso de transformación de la cultura medieval a la cultura moderna; la desigualdad de género en la esfera pública; o la exploración de técnicas de rendering e iluminación avanzadas para la visualización científica.

Los investigadores *InTalent* han logrado acceder a fuentes de financiación externa, a través de programas de ciencia excelente, que le reportarán a la UDC unos ingresos próximos a los siete millones de euros, lo que implica un retorno cercano a cinco euros por cada euro invertido en el programa.

Asimismo, y gracias a la tracción del Programa *InTalent*, la UDC ha mejorado su posicionamiento y atractivo de cara a la captación de nuevos investigadores. Este hecho se ha visto reflejado en dos sentidos: un creciente interés de investigadores en recalcar en la UDC y un incremento de las solicitudes presentadas por la universidad a convocatorias altamente competitivas de carácter individual.

Ayudas para estancias predoctorales en el extranjero

El Programa de ayudas para estancias predoctorales Inditex-UDC se desarrolla desde 2013 al amparo del convenio de colaboración entre la UDC e Inditex para la internacionalización de los estudios de doctorado.

Las ayudas financian estancias predoctorales de investigación en universidades y centros extranjeros, lo que permite complementar la formación doctoral de los estudiantes y que puedan obtener la Mención de Doctorado Internacional. Además, el programa reserva el 5% de las ayudas para estudiantes con discapacidad para fomentar entornos de investigación diversos e inclusivos.

Desde su inicio, 206 estudiantes de los programas de doctorado de la UDC han realizado una estancia en 27 países de todo el mundo, especialmente de Europa y América (Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania). Esto lo convierte además en un programa estratégico para la internacionalización de los grupos de investigación de la UDC, pues permite iniciar y fortalecer alianzas con otros equipos de investigación.

El Programa de ayudas para estancias predoctorales Inditex-UDC tiene una gran incidencia en la promoción del talento y en la internacionalización de los estudios de doctorado de la UDC. Evidencia de ello es el incremento de la tasa de tesis defendidas en la UDC con mención internacional: del 14% en 2012 al 48% en 2020.

Cátedra Inditex-UDC de Sostenibilidad

La Cátedra Inditex-UDC de Sostenibilidad es una iniciativa de transferencia de conocimiento con la Universidade de A Coruña para fomentar la sostenibilidad y la responsabilidad social en la comunidad universitaria y en la sociedad. Nace como espacio de reflexión comunitaria, formación académica e investigación aplicada sobre la sostenibilidad y la innovación social de las administraciones públicas, las universidades, las empresas y las entidades no lucrativas.

En el apartado de formación, durante el año 2020 se ha desarrollado la novena edición del Curso de Especialización en Sostenibilidad e Innovación Social (CESIS), título propio de la UDC que cuenta ya con 269 *alumni*. En el ejercicio 2020, se han recibido 134 preinscripciones, han participado 27 alumnos y 11 de ellos han recibido becas de matrícula dotadas por Inditex. El curso, desarrollado

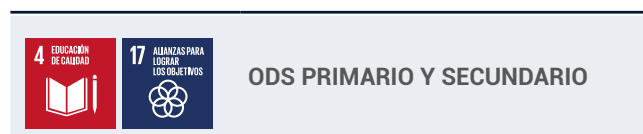
online parcialmente a raíz de la situación sanitaria, tiene una duración de 625 horas repartidas entre sesiones ordinarias, seminarios, talleres, tutorías, conferencias, y visitas a empresas. La docencia está a cargo de profesores del ámbito profesional, de la UDC y de otros centros, y cuenta asimismo con 34 profesores invitados.

Con el objetivo de promover la transferencia de conocimiento a organizaciones, los alumnos del CESIS han desarrollado cinco proyectos de aprendizaje-servicio en 2020 junto a entidades no lucrativas y empresas del entorno. De este modo, se han elaborado planes de acción en respuesta a retos de sostenibilidad económica, social, medioambiental y de gobierno. En esta edición se ha colaborado con A0 Mayores, Cruz Roja de Galicia, Galega de Economía Social y TEXFOR.

En el apartado de divulgación, la Cátedra ha desarrollado la novena edición del ciclo de conferencias En Código Abierto, con la participación de Ezequiel Reficco, profesor asociado en EGADE Business School, Tecnológico de Monterrey; y Anxo Queiruga Vila, presidente de COGAMI.

En el apartado de investigación aplicada, la Cátedra ha continuado su labor de reflexión sobre innovación docente en materia de sostenibilidad. Tras un proceso de revisión por pares, se ha publicado el primer estudio de evaluación del impacto social de la Cátedra en el *International Journal of Sustainability in Higher Education*, bajo el título de *Enhancing the effects of university education for sustainable development on social sustainability: the role of social capital and real-world learning*.

Cátedra de Discapacidad y Empleabilidad



La Cátedra de Discapacidad y Empleabilidad TEMPE-APSA de la Universidad Miguel Hernández en Elche (España) tiene como objeto promover la formación e investigación para mejorar la inserción laboral de personas con discapacidad.

Entre las actividades desarrolladas en 2020, destaca la III promoción del Título en Tareas Auxiliares de Tienda, completado por un total de 16 alumnos con discapacidad intelectual, varios de los cuales han logrado la inserción laboral en empresas ordinarias.

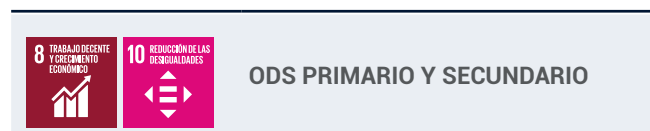
Por otra parte, la Cátedra lidera, en el marco del Programa Erasmus Plus, la Acción Estratégica Universities for labour inclusion of people with intellectual disabilities, en

el que participan también la Universidad de Calabria, la Universidad Tomás Moro de Kempen (Bélgica), el Instituto de Educación Inclusiva de Kiel (Alemania) y la empresa de innovación K-Veloce. El proyecto trabaja en el diseño de un currículum común para la formación post-secundaria de personas con discapacidad intelectual que pueda ser reconocido por la Unión Europea.

Asimismo, en marzo de 2020, organizada por la Cátedra, se celebró la II Jornada Científica Propuestas y Retos para una Educación Inclusiva, que contó con la participación de más de 150 profesionales de la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia.

b) Bienestar social

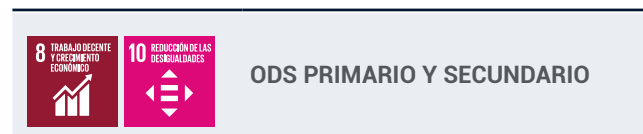
for&from



for&from es un programa de integración sociolaboral para personas con discapacidad, que se articula a partir de la puesta en marcha de establecimientos comerciales con la imagen de las diferentes marcas de Inditex. Estas tiendas están gestionadas por entidades sin fines lucrativos y atendidas por personas con discapacidad. Inditex realiza un desembolso inicial para la construcción de la tienda y, a partir de ahí, las organizaciones sociales gestionan un modelo autosostenible a través de la venta del producto.

Los establecimientos *for&from* suministran ropa y complementos de la temporada anterior a precios competitivos. Todos los beneficios generados revierten íntegramente en las organizaciones gestoras, para dotar de recursos a proyectos de atención a personas con discapacidad. El programa cuenta actualmente con 15 tiendas que generan más de 200 puestos de trabajo. En el ejercicio 2020 la facturación superó los nueve millones de euros, cuyos beneficios revirtieron íntegros en las organizaciones sociales gestoras: Fundación Molí d'en Puigvert, Confederación Galega de Persoas con Discapacidade (COGAMI), la cooperativa sin ánimo de lucro Moltacte, la Asociación Pro-discapacitados Psíquicos de Alicante (APSA), la Fundación Prodis y la Fondazione Cometa.

Salta



Salta es un programa de integración que ofrece oportunidades de formación y empleo a jóvenes en riesgo de exclusión social. Nació en Francia en 2008 como Proyecto Jeunes y llegó a España en 2010.

Salta tiene como objetivo la inserción laboral en nuestras tiendas, fábricas o centros logísticos de personas vulnerables. La buena acogida y resultados del proyecto lo han convertido hoy en una realidad en 13 mercados: Alemania, Brasil, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Italia, México, Polonia, Portugal, Reino Unido y Turquía.

Gracias al Programa Salta y a los casi 3.000 empleados que han participado como formadores, tutores y mentores para garantizar una correcta incorporación y adaptación al puesto, un total de 1.396 personas se han formado e incorporado a Inditex. En esta iniciativa es esencial, también, la colaboración de más de 40 entidades sociales que nos apoyan en la selección, formación y posterior seguimiento de los beneficiarios.

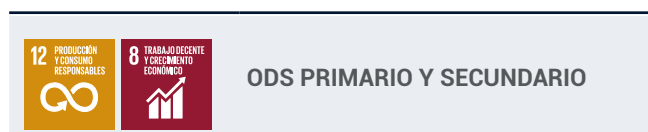
En 2020, Salta se ha consolidado como un proyecto social sólido y flexible, capaz de adaptarse al nuevo contexto de la pandemia. De este modo, 100 personas de diferentes equipos han formado y guiado a más 150 participantes de diferentes ONG para mejorar su empleabilidad, a través de talleres *online* de autoestima, elaboración de CV, búsqueda activa de empleo en redes sociales, estilismo y simulaciones de entrevistas de trabajo, entre otros.

Además, esta nueva modalidad se ha reforzado con un programa de mentoría individual a través del cual a cada participante se le asigna un empleado de Inditex para trabajar los contenidos de dichas sesiones formativas.



A través de Moda Re- favorecemos la inserción laboral de colectivos vulnerables y contribuimos a dignificar la entrega de ropa a personas sin recursos.

Moda Re-



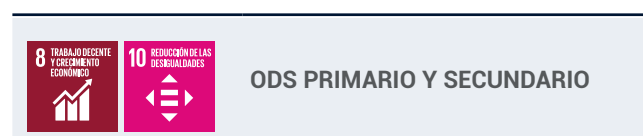
El año 2020 es el cuarto del programa para la gestión del fin de vida de productos textiles en colaboración con Cáritas. Esta colaboración, dotada por Inditex con siete millones de euros para el periodo 2016-2022, se ha materializado en la creación por parte de Cáritas del Programa *Moda Re-*.

Moda Re- es un proyecto dedicado a la recogida y tratamiento de textiles usados para su valorización y reutilización, a través de un modelo de negocio sostenible basado en la economía circular y en el marco de la economía social y solidaria de Cáritas Española. Su finalidad es generar empleo para personas vulnerables a través de la recogida, reciclaje y reutilización de ropa usada.

Además de la reinserción laboral y de la dignificación de la forma en que reciben ropa aquellos que lo necesitan, el proyecto está ligado al cuidado medioambiental, no sólo por la reutilización y valorización de la ropa, sino por las técnicas empleadas en las plantas de tratamiento y reciclaje.

El proyecto tiene una clara vocación de autosuficiencia, ya que invierte todos sus ingresos en su propio desarrollo y crecimiento, a través de la promoción y creación de la mayor red de tiendas de ropa de segunda mano en España. En virtud del apoyo de Inditex a esta iniciativa, se han donado más de dos millones de artículos a personas vulnerables, se han instalado 2.090 contenedores en España, se han recogido más de 61.000 toneladas de ropa, se han abierto o actualizado 24 establecimientos de venta de ropa de segunda mano y se han creado 360 puestos de trabajo, de que 180 son puestos de inserción ocupados por personas en riesgo de exclusión. En la actualidad, el programa cuenta con más de 100 establecimientos *Moda Re-* localizados en España.

Programa de empleo y formación en España



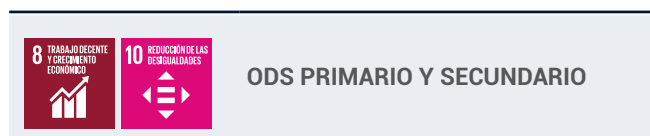
Inditex apoya el **Programa de Cáritas con el Empleo** desde 2011, con el objetivo de promover el acceso a un empleo digno de las personas en situación de vulnerabilidad. Sus principales líneas de acción son:

- El fomento de iniciativas de economía social, que generan empleo en un entorno protegido, que permita establecer puentes entre la situación de la persona y las exigencias del mercado laboral.
- El apoyo a personas en situación o riesgo de exclusión, que tienen interés y capacidad emprendedora y pueden lograr su inserción Sociolaboral a través del autoempleo.
- La mejora de la **capacitación profesional**, como requisito básico para promover su empleabilidad.

Durante el ejercicio 2020, ha sido necesario adaptar nuestras acciones debido por la crisis provocada por la covid-19 a metodologías *online* y a la reorganización de las empresas de inserción.

Asimismo, y gracias a la colaboración con Inditex, se han consolidado 31 proyectos de economía social, 38 proyectos de formación, con 76 cursos financiados y 1 proyecto de autoempleo. Gracias a ello, 1.432 personas han mejorado su empleabilidad, 930 han mejorado su capacitación profesional y 686 han encontrado un empleo.

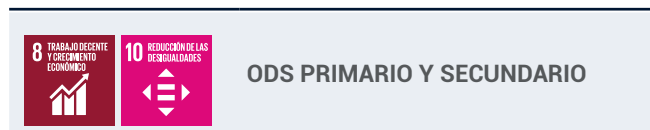
Alentae



Alentae es un proyecto de la Confederación Gallega de Personas con Discapacidad (COGAMI), en colaboración con Inditex, que patrocina la creación de un centro especial de empleo para la fabricación de mascarillas quirúrgicas y que persigue la integración laboral de personas con discapacidad. Este material sanitario será comercializado por la organización sin ánimo de lucro para contribuir a sus fines sociales.

El apoyo de Inditex se ha materializado en la donación de cinco líneas de producción automatizadas valoradas en 1,5 millones de euros, que cuentan con una capacidad de producción de 13 millones de unidades mensuales. Esta maquinaria ha sido instalada en un emplazamiento de COGAMI en el polígono industrial de Bergondo (A Coruña, España), donde se generarán 25 puestos de trabajo vinculados. Adicionalmente, las instalaciones han sido íntegramente acondicionadas por Inditex para adecuarse a los requisitos establecidos por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios. La puesta en marcha de la producción se prevé para el inicio del ejercicio 2021.

A Flote



Desde 2017, la Fundación Emalcsa e Inditex trabajan conjuntamente en el Programa A Flote de integración y prestaciones sociales. El convenio entre ambas entidades, con una vigencia de tres años, aportó estabilidad al programa, permitió ampliar sus objetivos y mejoró las expectativas de integración social de sus beneficiarios, del ámbito geográfico de A Coruña (España).

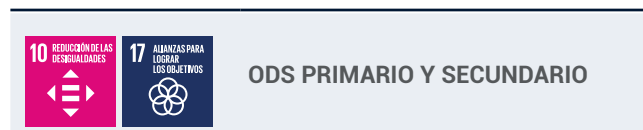
El convenio se renovó en agosto de 2020 por otros tres años, en el marco de la pandemia de la covid-19. La emergencia sanitaria tuvo un importante e inmediato impacto económico y social en las familias más vulnerables. El apoyo de Inditex en este contexto permitió hacer frente de inmediato a las necesidades más básicas de los colectivos más vulnerables de A Coruña.

El parón de la economía de subsistencia, el cierre de hostales y pensiones y la limitación de la movilidad hicieron imprescindible adoptar medidas para atender dos necesidades básicas: ayudas de alimentos y habilitar alojamientos de emergencia.

Además, fue necesario continuar la actividad ordinaria del Programa A Flote para evitar desahucios de personas y familias cuyas circunstancias de vulnerabilidad se agravaron significativamente en este contexto.

En 2020, se gestionaron 802 ayudas de emergencia social a través de A Flote, 522 solicitadas por mujeres y 280 por hombres. En estas unidades familiares conviven un total de 1.916 personas, de las que 650 son menores. De las 802 ayudas tramitadas, 405 corresponden a familias con menores a cargo, un 50% del total.

Programa China



En 2020, Inditex continuó reforzando su relación a largo plazo con las principales entidades con las que colabora en materia de inversión en la comunidad en China.

Con motivo de la pandemia, las iniciativas desarrolladas en el ámbito académico e investigador con la Universidad de Tsinghua -con la que Inditex colabora desde 2016- se vieron temporalmente interrumpidas en 2020 e irán retomándose a lo largo de 2021. En ese contexto, la cooperación con esta institución educativa se centró en el acuerdo con su fundación para hacer llegar a China material sanitario por valor de más de un millón de euros. Las 2,5 millones de unidades de protección para personal médico transportadas por Inditex fueron distribuidas directamente por *Tsinghua University Education Foundation*, en función de las peticiones de las autoridades sanitarias del país.

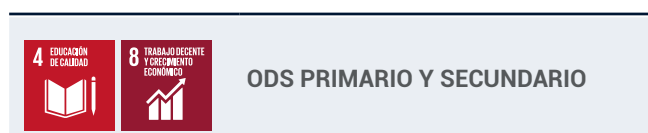
Al mismo tiempo, Inditex impulsó un proyecto de promoción cultural con los profesores y estudiantes de la Escuela de Arte y Diseño de dicha Universidad. Como resultado, algunos de los participantes tuvieron la oportunidad de exhibir sus obras en el *flagship* de Zara Wangfujing de Pekín.

En el ámbito del bienestar social, las contribuciones de Inditex en 2020 se articularon fundamentalmente a través de la *Shanghai Charity Foundation*. En este caso se donaron equipos informáticos que beneficiaron a más de 15.000 estudiantes con escasos recursos. Igualmente, se mejoraron las infraestructuras sanitarias y de iluminación de Yunnan, al suroeste de China.

Adicionalmente, Inditex contribuyó con la donación en especie a colectivos desfavorecidos a través de diversas organizaciones. De igual modo, colaboramos con el comercio *online* de índole benéfico, Buy42.com -cuyos ingresos van íntegramente destinados a la empleabilidad y formación de personas con necesidades-; con los orfanatos de *SOS Children Village*; y con *China Environmental Protection Foundation*, que trabaja en la reutilización de prendas.

En materia de voluntariado, cabe destacar la participación de 400 empleados en proyectos de reforestación impulsados por *China Youth Development Foundation*, con quien Inditex desarrolla desde 2015 el Proyecto *Hope School*, para construir escuelas en zonas rurales.

Programa Medicus Mundi



Medicus Mundi colabora con Inditex en Marruecos en la mejora de la situación sociosanitaria de las trabajadoras y trabajadores de las empresas textiles de la región de Tánger-Tetuán-Alhucemas. En un año dominado por los impactos de la pandemia, los esfuerzos de Medicus Mundi en la promoción del derecho a la salud y los derechos sociales y laborales de estos trabajadores han sido importantes, y se han desarrollado de la mano de organizaciones de la sociedad civil, la administración pública y las empresas del sector de la confección.

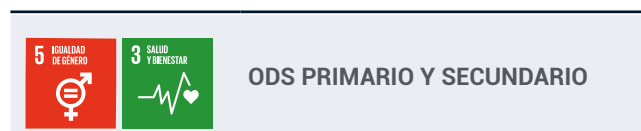
Aunque la situación sanitaria ha reducido el número de beneficiarios de algunas de sus actividades, -por ejemplo, los análisis médicos en la Policlínica de la Caja Nacional de la Seguridad Social (con 357 participantes -218 mujeres y 139 hombres- frente a los 1.200 previstos)-, el proyecto ha podido adaptarse y responder en los casos de cierres de fábricas debido a la crisis.

De este modo, Medicus Mundi ha apoyado a un total de 785 mujeres con la distribución de ayuda alimentaria de emergencia durante el confinamiento. Además, se ha entregado material sanitario y de higiene a la Dirección Regional de la Salud de Tánger, y se han distribuido carteles y materiales de comunicación con medidas de prevención de la covid-19.

A partir de septiembre de 2020, Medicus Mundi retomó sus actividades de formación en derechos laborales, igualdad de género y en cuestiones ligadas al género para convertir en educadores a trabajadores

previamente formados. Medicus Mundi ha capacitado también al personal de los comités de Seguridad e Higiene de seis empresas, y a delegados de los trabajadores en riesgos laborales.

Programa Every Mother Counts



En marzo de 2020, Inditex renovó su acuerdo trienal con *Every Mother Counts* (EMC), que prevé destinar 1,5 millones de dólares a proyectos en Estados Unidos y Bangladés. El programa está enfocado específicamente en la prestación de atención prenatal y cuidados de calidad, respetuosos y equitativos durante el embarazo, el parto y el posparto para las mujeres y sus hijos, así como proyectos de educación y sensibilización en salud maternal.

El apoyo de Inditex ha permitido a *Every Mother Counts* trabajar junto a la Fundación HOPE para Mujeres y Niños de Bangladés en la región de Cox's Bazar, al sureste del país asiático. La cooperación ha proporcionado atención en salud maternal y neonatal, así como cuidados durante el embarazo, el parto y el posparto. También se han realizado acciones de sensibilización en lactancia materna, cuidados del recién nacido y planificación familiar. En 2020, y en el marco de esta colaboración, la Fundación HOPE benefició a más de 8.000 mujeres y niños.

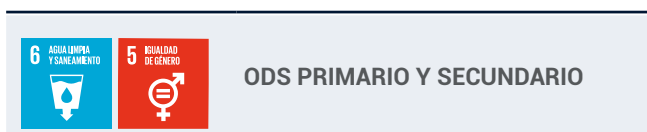
En Estados Unidos, el acuerdo con Inditex ha facilitado las alianzas de *Every Mother Counts* con cuatro entidades sociales: *Commonsense Childbirth* -radicada en Florida-; *Changing Woman Initiative* y *Tewa Women United*, ambas procedes de Nuevo México; y *SisterWeb*, de Florida. De la mano de estas cuatro entidades, se ha proporcionado atención médica y cuidados prenatales y de posparto a casi 1.600 mujeres y a sus hijos con bajo nivel de renta y en situación de exclusión social.

También se han puesto en marcha actividades de sensibilización y captación de socios, entre las que se incluyen carreras virtuales y proyecciones de películas, entre otros. En 2020, los documentales y vídeos de EMC alcanzaron los dos millones de visitas, incluido el lanzamiento de una serie de cortometrajes denominados *Delivering HOPE*, que destacan el trabajo y las historias cotidianas de los sanitarios en primera línea del frente en países como Bangladés, India y Guatemala.



En 2020 hemos puesto en marcha con ACNUR, y en colaboración con proveedores de Inditex, un ambicioso programa de donaciones en especie de prendas para personas refugiadas.

Programa Water.org



Colaboramos con *Water.org* desde 2015 para mejorar el acceso al agua potable y saneamiento de personas vulnerables en Bangladés, Camboya e India, tres de nuestras principales regiones de proveedores. El objetivo del programa es mejorar este acceso a partir de la concesión de microcréditos a mujeres de bajos ingresos en países en vías de desarrollo. A través de este modelo basado en el mercado, personas de bajos ingresos obtienen acceso a préstamos con financiación asequible para cubrir sus necesidades en materia de agua y saneamiento. A partir de la contribución filantrópica de Inditex, se han movilizado 168 millones de dólares de capital adicional, que han permitido la concesión de 366.000 préstamos. Como resultado, más de 1,5 millones de personas han mejorado su acceso a agua y saneamiento.

2020 ha representado un año de fuerte impulso en nuestra alianza con *Water.org* en virtud de la firma del nuevo convenio cuatrienal *Empowering women and families with access to water and sanitation*. Este acuerdo, dotado por Inditex con seis millones de dólares, se materializa en un nuevo programa integral para acelerar y expandir el acceso a agua potable y saneamiento para personas en situación de pobreza en India, Camboya y Bangladés. Asimismo, el programa prevé nuevas iniciativas globales para ayudar a quienes necesitan estos dos servicios vitales.

A lo largo de 2020, más de 357.000 personas en estos tres países obtuvieron acceso a soluciones de saneamiento y agua para sus hogares que cambiaron sus vidas. En cada país, *Water.org* trabajó con instituciones financieras locales para ampliar la disponibilidad de microcréditos asequibles para soluciones locales de agua y saneamiento. Como resultado, se han desembolsado 80.812 préstamos y se han movilizado más de 28 millones de euros de capital como efecto multiplicador.

Asimismo, *Water.org* ha desarrollado un nuevo mecanismo de mejora crediticia global denominado *Global Credit*

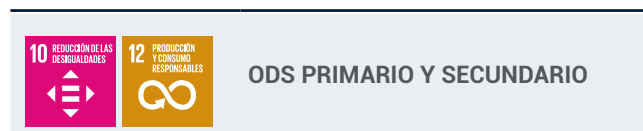
Enhancement Facility, cuyo objetivo es estimular la concesión de préstamos por parte de bancos comerciales para servicios de agua y saneamiento domésticos. En este sentido, después del lanzamiento inicial en India, se aplicarán los conocimientos adquiridos para facilitar la expansión a otros países.

Adicionalmente, en el marco de la colección *Care for Water*, en colaboración con ZARA, *Water.org* y la organización sin ánimo de lucro *Action for Social Advancement* han puesto en marcha en India una iniciativa para ayudar a 2.100 productores de algodón orgánico a conseguir acceso al agua potable y saneamiento doméstico a través de microcréditos.

Hoy más que nunca, el acceso al agua potable y al saneamiento es crítico para garantizar la salud y la resiliencia de la comunidad global. Lavarse las manos es la primera y más elemental medida en la lucha contra la covid-19. Pero este simple gesto es imposible sin agua. Y sin baños en casa, las instalaciones públicas hacen muy difícil las medidas de distanciamiento social. El apoyo de Inditex a *Water.org* en 2020 ha ayudado a mejorar la salud y la resiliencia de familias en todo el mundo.

c) Ayuda humanitaria

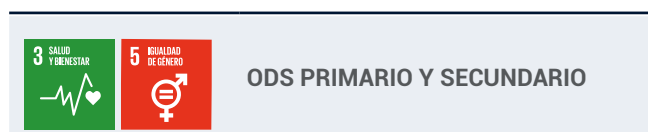
Programa ACNUR



Inditex y ACNUR pusieron en marcha en 2020 un ambicioso programa de donaciones en especie con el objetivo de satisfacer las necesidades de ropa de personas refugiadas en diferentes partes del mundo. A través de esta iniciativa, que la compañía desarrolla en colaboración con varios proveedores, Inditex apoya a ACNUR en la tarea de abrigar y ayudar a recuperar la dignidad a las personas refugiadas que se han visto forzadas a abandonar sus hogares, dejando atrás todas sus pertenencias.

En concreto, en 2020 se realizaron varias entregas de ropa nueva en distintos campos de refugiados en Ruanda y Etiopía, en una donación de más de 870.000 artículos para alrededor de 250.000 personas en ambos países. Gracias a esta alianza, miles de personas recibirán mucho más que ropa y abrigo, ya que la donación no sólo protege su bienestar físico, sino que les ofrece un impulso psicológico, les ayuda a restaurar su dignidad y les otorga una sensación de normalidad.

Acceso a la salud para la comunidad rohingya refugiada en Bangladés

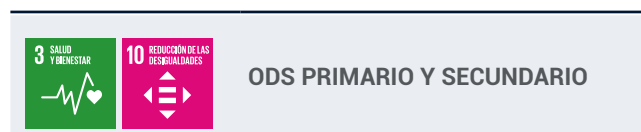


Al sureste de Bangladés, en la región de Cox's Bazar, un millón de personas de etnia rohingya sobreviven en duras condiciones tras huir de Myanmar. Por el momento, la pandemia de la covid-19 no ha golpeado en exceso a la población rohingya. Sin embargo, las restricciones de movilidad y cierre de fronteras han mermado de manera significativa la presencia de ayuda humanitaria en la zona.

En 2020, los equipos de Médicos Sin Fronteras (MSF) desplegados en Cox's Bazar han centrado sus esfuerzos en la atención secundaria materno-infantil. Las mujeres embarazadas y los niños menores de 15 años son los más vulnerables en contextos de desplazamiento y carestía como en el que viven los rohingya. La falta de agua y comida y las malas condiciones higiénicas repercuten en su salud. En este contexto, MSF sigue trabajando para mejorar la calidad de atención y el acceso a los servicios gratuitos en el hospital materno-infantil de Goyalmara y en la maternidad de Unchiprang. En ambas instalaciones se han habilitado además áreas para tratar posibles casos de covid-19.

A partir de nuestro apoyo, los equipos de MSF han realizado 31.520 consultas externas y 6.112 ingresos hospitalarios. Adicionalmente, se ha puesto al día la cartilla de vacunación de 3.730 niños y se han atendido 1.502 partos. Un total de 14.827 pacientes han requerido atención en salud mental.

Acceso a la salud para la población migrante en México

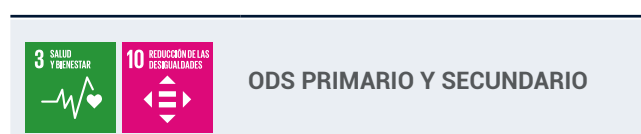


México es un país de tránsito, destino y retorno de los flujos migratorios de Centroamérica (El Salvador, Honduras y Guatemala) con destino a Estados Unidos. Las personas que emprenden el viaje han tenido que abandonar sus hogares por la situación de pobreza, marginación y violencia. La ruta, llena de peligros, ha visto cómo en 2020 se cerraban fronteras por la covid-19 y por la falta de medidas de protección.

Los equipos de Médicos Sin Fronteras (MSF) están presentes en diversos albergues y puntos de parada de los migrantes, donde ofrecen consultas médicas básicas y psicológicas. También cuentan con un Centro de Atención Integral en la Ciudad de México que ofrece atención médica especializada a migrantes y refugiados víctimas de violencia.

Adicionalmente, en 2020 han atendido a migrantes en centros de detención fronteriza y en centros de cuarentena para casos de covid-19. En concreto, y gracias al apoyo de Inditex, los profesionales de MSF han llevado a cabo 9.997 consultas externas y 3.564 consultas en salud mental.

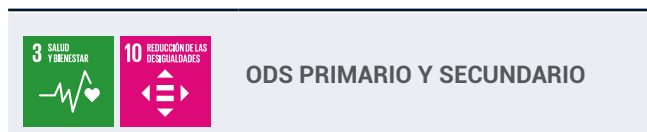
Despliegue de equipos de respuesta a la covid-19 en México



México es uno de los países americanos más afectados por la covid-19. La pandemia ha provocado la saturación del sistema de salud.

En este contexto, los equipos de Médicos Sin Fronteras (MSF) abrieron un centro de tratamiento en un polideportivo de Tijuana para descongestionar el hospital de la ciudad. Una vez traspasada la gestión del centro a las autoridades locales, los equipos de MSF viajaron a varios estados mexicanos para ofrecer formaciones y apoyos puntuales a centros de salud y hospitales de las regiones más castigadas por la pandemia y con menos recursos. Se han visitado 27 hospitales y se ha apoyado directamente a 12 de ellos. También se ha realizado 792 sesiones en salud mental.

Apoyo a la unidad de emergencia de MSF



Desde 2011, colaboramos con Médicos Sin Fronteras (MSF) para garantizar una respuesta inmediata ante crisis médico-humanitarias en cualquier parte del mundo. En 2020, hemos financiado íntegramente la estructura de la Unidad de Emergencias, cuya sede se encuentra en Barcelona, y parte de los equipos regionales de República Democrática del Congo (RUSK), de República Centroafricana (EURECA) y de Etiopía (ESS).

Este apoyo continuado ha permitido responder a los efectos de la pandemia en varios países, atender a los afectados por el conflicto en Burkina Faso y Mozambique, así como llevar a cabo operaciones de respuesta a epidemias en República Democrática del Congo, República Centroafricana y Etiopía.

La Unidad de Emergencias ha gestionado en España, Perú y Yemen la respuesta a la primera ola de la covid-19. Se han montado extensiones hospitalarias y se ha formado en prevención y control de la infección a profesionales sanitarios y no sanitarios. Más de 10.000 personas en España y Latinoamérica han participado en el sistema de formaciones *online* que ha puesto en marcha MSF a través de la web msfcovid19.org.

En paralelo, los equipos desplegados en Burkina Faso por la Unidad de Emergencias continuaron respondiendo a las enormes necesidades de la población afectada por el conflicto en el norte del país. Se han llevado a cabo campañas de vacunación para inmunizar a 40.119 niños y se ha tratado la malaria a otros 86.153. Además, se ha asistido a 3.771 mujeres embarazadas en el parto y se han proporcionado cuidados para los recién nacidos.

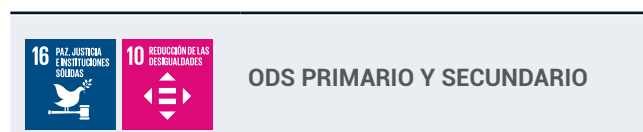
En Mozambique, las incursiones de grupos armados rebeldes y grupos radicales están causando estragos entre Cabo Delgado. Los esfuerzos de MSF se han centrado en la provisión de atención en salud mental, una de las grandes carencias del sistema de salud mozambiqueño. En 2020, los equipos de MSF llevaron a cabo 3.546 consultas.

Por otro lado, los equipos regionales de respuesta a emergencias han vuelto a ser imprescindibles a la hora de analizar el contexto y responder las necesidades inminentes.

En República Democrática del Congo, el RUSK ha realizado varias intervenciones en la región de Kivu

Sur. A pesar de las limitaciones de la covid-19, se han llevado a cabo para la población infantil campañas de vacunación contra el sarampión y tratamientos para la malaria y la desnutrición. En República Centroafricana, el EURECA se ha centrado en garantizar la atención médica y la vacunación infantil en zonas muy afectadas por la violencia. Y en Etiopía, el ESS ha respondido a las inundaciones del lago Turkana y se han repartido artículos de primera necesidad en Metekel.

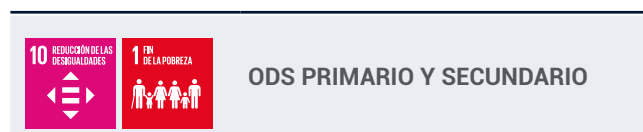
En las Fronteras de Colombia



El Programa *En las Fronteras de Colombia*, que atraviesa el ecuador de su cuarta edición para el periodo 2018 - 2021, ha sido testigo del empeoramiento de la crisis humanitaria en Colombia debido a los **flujos migratorios procedentes de Venezuela** y a la pandemia de la covid-19, que ha impuesto importantes restricciones y ha limitado el trabajo y las condiciones de los equipos humanitarios.

Además, el estado de emergencia supuso el cierre de fronteras, el cierre de negocios y nuevas restricciones a la movilidad, que han impactado especialmente entre los colectivos más vulnerables. El programa, que se lleva a cabo junto al Servicio Jesuita de Refugiados (SJR LAC) desde el año 2009, ha beneficiado a un total de 12.790 personas en Colombia, Ecuador y Venezuela.

Respuesta a la covid-19 en Sudáfrica



El proyecto para mitigar los efectos de la covid-19 con reparto de bienes de primera necesidad a refugiados y solicitantes de asilo en la provincia sudafricana de Gauteng surge de la crisis originada por la propagación de la pandemia en el país africano.

Por ello, este proyecto implementado con el Servicio Jesuita para Refugiados como complemento a la intervención educativa de EPGO III, ha proporcionado una respuesta de emergencia repartiendo alimentos básicos y medios higiénico-sanitarios a 1.130 personas vulnerables.

d) Otras áreas de actividad

Además de los programas descritos anteriormente, hemos destinado en 2020 un 44% de nuestra inversión en programas sociales a iniciativas relacionadas con el medioambiente, la salud, el desarrollo socioeconómico, el arte y la cultura. En un año marcado por la pandemia del virus covid-19, hemos destinado un 34% de nuestra inversión en programas sociales a iniciativas relacionadas con la salud. Asimismo, en 2020, hemos continuado dando apoyo a instituciones que trabajan en el ámbito de la investigación como Fundación PRO-CNIC, *New York-Presbyterian's Youth Anxiety Center*, *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), Real Instituto

Elcano o Fundación Carolina, entre otros. La vinculación de Inditex con el arte y la cultura se ha materializado en colaboraciones con instituciones como la Real Academia Española, el Museo Nacional de Arte Reina Sofía o el Teatro Real, entre otros.

Igualmente, Inditex realiza aportaciones puntuales a nivel corporativo y aportaciones desde las cadenas y filiales de nuestro Grupo a los fines generales de organizaciones sin ánimo de lucro. De este modo, destinamos 1,9 millones de euros en 2020 para aportaciones de carácter puntual, relacionadas con peticiones por parte de entidades sin fines lucrativos, que se distribuyeron entre más de 170 organizaciones.



5.3. Alianzas con la sociedad civil

En Inditex consideramos que la relación y el establecimiento de alianzas con los diversos grupos de interés que representan a la sociedad civil es clave para el desarrollo de nuestro modelo de negocio sostenible. Por ello, mantenemos una relación fluida, multidireccional y constante con numerosas organizaciones e instituciones tanto locales como internacionales. Aunamos fuerzas con gobiernos, sindicatos, instituciones académicas, organizaciones locales e internacionales y representantes de la

sociedad civil, entre otros, para avanzar en el desarrollo sostenible a lo largo de nuestra cadena de valor y en las comunidades en las que operamos. De este modo, maximizamos nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y avanzamos en la creación de valor económico, social y medioambiental.

A continuación, se muestra una lista no exhaustiva de las organizaciones e instituciones principales con las que colaboramos.

| | | |
|---|---|---|
|  | ALIANZA PAÍS POR LA POBREZA INFANTIL CERO | Iniciativa promovida por el Alto Comisionado contra la Pobreza Infantil (Gobierno de España) con el propósito fomentar la participación y la creación de alianzas del conjunto de actores sociales para trabajar por una visión común: una España en la que todos los niños, niñas y adolescentes tengan las mismas oportunidades de futuro sin importar las condiciones de su nacimiento. Inditex es miembro de la Alianza desde enero de 2021.  Más información en: https://www.comisionadopobrezainfantil.gob.es/es |
|  | ACCORD | Es un acuerdo entre marcas y distribuidores internacionales, sindicatos locales e internacionales y organizaciones no gubernamentales en Bangladés, cuyo objetivo es asegurar mejoras duraderas en las condiciones de trabajo de la industria textil en aquel país. Inditex es miembro firmante original y forma parte del Comité de Dirección. Desde mayo de 2020, el Accord ha transferido sus funciones en el terreno al RMG Sustainability Council (RSC).  Más información en: https://bangladeshaccord.org |
|  | ACT (ACTION, COLLABORATION, TRANSFORMATION) | Iniciativa de colaboración entre marcas de distribución, proveedores y sindicatos para transformar la industria y conseguir salarios dignos en el sector, a través de la negociación colectiva. La participación de Inditex en ACT y en sus grupos de trabajo es muy activa desde su creación en 2015.  Más información en: www.actonlivingwages.com/ |
|  | AFIRM GROUP | Foro de trabajo con empresas líderes en el sector de la moda, calzado y productos de deporte con el objetivo común de reducir en la cadena de suministro textil y cuero el uso e impacto de sustancias con preocupación en la salud y el medioambiente.  Más información en: www.afirm-group.com/ |
|  | ALIANZA POR UNA RECUPERACIÓN ECONÓMICA SOSTENIBLE | Alianza impulsada por Ecodes y el Grupo Español de Crecimiento Verde, entre otros, para defender que las políticas de estímulos sean efectivas desde el punto de vista económico y social y, a su vez, estén alineadas con las políticas de sostenibilidad y biodiversidad. |
|  | ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DE TEXTILES Y PRENDAS DE VESTIR DE ESTAMBUL – ITKIB | Mantenemos en Turquía una larga y fructífera colaboración con ITKIB, la patronal textil de Estambul, y con EKOTEKS, el laboratorio de control aduanero, para el desarrollo de nuevas técnicas de análisis de cosméticos y fibras sostenibles.  Más información en: www.itkib.org.tr/ |
|  | BETTER COTTON INITIATIVE (BCI) | Desde Inditex colaboramos como miembros de la iniciativa <i>Better Cotton Initiative</i> (BCI), que desarrolla y fomenta buenas prácticas en el cultivo tradicional del algodón para beneficio de los productores, del medio ambiente y para asegurar el futuro del sector.  Más información en: www.bettercotton.org |
|  | BETTER THAN CASH ALLIANCE | Alianza de gobiernos, empresas y diversas organizaciones internacionales, promovida por Naciones Unidas, cuyo objetivo es promover globalmente la transición hacia una economía digital. En Inditex enfocamos nuestra colaboración con esta alianza en la digitalización y educación financiera de la cadena de suministro.  Más información en: www.betterthancash.org/ |



ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



| | | |
|---|--|---|
|  | <p>BSR</p> | <p>Organización global sin ánimo de lucro que trabaja con una red de más de 200 miembros para construir un mundo justo y sostenible. Como miembros de BSR desde 2019 participamos en distintas iniciativas impulsadas por la organización, como el Programa HER de empoderamiento de la mujer.</p> <p> Más información en: www.bsr.org/</p> |
|  | <p>BUSINESS AMBITION FOR 1.5°C DE NACIONES UNIDAS</p> | <p>Llamamiento urgente a la acción de una coalición mundial de organismos de las Naciones Unidas y de líderes empresariales e industriales para comprometerse a establecer objetivos ambiciosos de reducción de emisiones basados en la ciencia.</p> |
|  | <p>BUSINESS FOR SOCIETAL IMPACT (B4SI)</p> | <p>Estándar global, anteriormente conocido como LBG, para la medición del impacto social empresarial. Inditex forma parte de la red global B4SI, compuesta actualmente por más de 120 empresas.</p> <p> Más información en: https://b4si.net/</p> |
|  | <p>CANOPY PLANET INITIATIVE</p> | <p>Como fundadores de la iniciativa <i>CanopyStyle</i>, colaboramos con la organización <i>Canopy Planet</i>, para la protección de bosques primarios y de alto valor ecológico a través de la cadena textil. Se trata de un compromiso de protección de este tipo de bosques, y en particular del compromiso de garantizar que no hay celulosa proveniente de estos bosques en las fibras artificiales (viscosa, modal, lyocell).</p> <p> Más información en: www.canopyplanet.org</p> |
|  | <p>CÁRITAS</p> | <p>Colaboramos con la entidad sin fines lucrativos Cáritas desde 2007 con el objetivo de contribuir a mejorar el bienestar comunitario. En el marco de nuestra alianza estratégica con Cáritas, desarrollamos actualmente diversos proyectos como el programa de economía circular <i>Moda Re-</i> o el programa de fomento al empleo en España.</p> <p> Más información en: www.caritas.org</p> |
|  | <p>CARTA DE LA INDUSTRIA DE LA MODA PARA LA ACCIÓN CLIMÁTICA (ONU FCCC)</p> | <p>Nos hemos adherido al compromiso impulsado por la Oficina de Cambio Climático de las Naciones Unidas, alineado con los objetivos del Acuerdo de París, que contiene la visión para que la industria alcance cero emisiones netas para 2050 y establece un objetivo inicial de reducción de emisiones de GEI en un 30% para 2030.</p> <p> Más información en: https://unfccc.int/climate-action/sectoralengagement/global-climate-action-in-fashion/about-the-fashion-industry-charter-for-climate-action</p> |
|  | <p>CEO WATER MANDATE</p> | <p>Somos firmantes de esta iniciativa de las Naciones Unidas para apoyar a las compañías en el desarrollo, implementación y comunicación de sus estrategias y políticas relacionadas con el agua.</p> <p> Más información en: www.ceowatermandate.org</p> |
|  | <p>CIQ SHANGHAI</p> | <p>Participamos en el Programa <i>Pre-Testing</i> con la entidad CIQ Shanghai, que pertenece al Departamento de Inspección y Cuarentena Aduanera de China, reservado a las empresas con un muy alto nivel de cumplimiento de las regulaciones de salud en los artículos importados.</p> |
|  | <p>CLEAN CARGO WORKING GROUP</p> | <p>En 2020 nos hemos adherido a esta iniciativa dedicada a reducir los impactos ambientales del transporte mundial de mercancías y a promover el transporte marítimo responsable. Dentro del Clean Cargo Working Group existe una colaboración entre empresas dedicada a integrar los principios empresariales ambiental y socialmente responsables en la gestión del transporte. Su metodología de Cálculo de Emisiones de CO2 es el estándar de transporte marítimo utilizado por otras iniciativas como el Programa SmartWay de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos (EPA) y el Consejo de Emisiones de Logística Global (GLEC).</p> <p> Más información en: www.clean-cargo.org</p> |
|  | <p>COTTON CAMPAIGN</p> | <p><i>Cotton Campaign</i> es una iniciativa de empresas y organizaciones del tercer sector para la mejora de las condiciones de trabajo y la defensa de los Derechos Humanos en el cultivo y el abastecimiento del algodón.</p> <p> Más información en: www.cottoncampaign.org</p> |
|  | <p>COVID-19: ACTION IN THE GLOBAL GARMENT INDUSTRY</p> | <p>Iniciativa cuyo objetivo es incentivar la acción en el sector textil global para ayudar a la industria a enfrentar el impacto económico derivado de la pandemia del coronavirus, al mismo tiempo que se promueve la protección de los ingresos, la salud y el empleo de los trabajadores de la industria. Esta llamada a la acción ha sido consensuada en 2020 por la Organización Internacional de Empleadores (OIE), la Confederación Sindical Internacional (CSI) e <i>IndustriALL</i> Global Union junto con marcas internacionales, y contando con el apoyo técnico de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Inditex forma parte del grupo de trabajo internacional creado para su implementación.</p> |

| | | |
|---|---|---|
|  <p>ELLEN MACARTHUR FOUNDATION</p> | <p>ELLEN MACARTHUR FOUNDATION</p> | <p>Nos hemos adherido al compromiso global New Plastics Economy impulsado por la fundación Ellen MacArthur en colaboración con <i>United Nations Environment a 2025</i>. El compromiso promueve que todos los plásticos que utilizamos en nuestra actividad puedan ser reutilizados o reciclados de tal manera que sean reintroducidos en el circuito a la vez que se reduce la cantidad de plásticos de packaging innecesario y se incrementa el contenido de porcentaje reciclado en dichos materiales.</p> <p> Más información en: www.ellenmacarthurfoundation.org</p> |
|  <p>entreculturas ONG JESUITA</p> | <p>ENTRECULTURAS</p> | <p>ONG de Desarrollo de la Compañía de Jesús con la que colaboramos desde 2001 con el objetivo de generar cambio social a través de la educación. En virtud de esta alianza, hemos desarrollado en los últimos 19 años diversos programas educativos que han beneficiado directamente a más de 1,2 millones de personas vulnerables en África, América y Asia.</p> <p> Más información en: www.entreculturas.org</p> |
|  <p>Ethical Trading Initiative</p> | <p>ETHICAL TRADING INITIATIVE</p> | <p>Plataforma de diálogo para mejorar las condiciones laborales de los trabajadores de las cadenas de suministro, integrada por empresas, organizaciones sindicales internacionales y organizaciones no gubernamentales. Inditex es miembro de <i>Ethical Trading Initiative</i> desde 2005 y participa activamente de sus actividades y programas en distintos países.</p> <p> Más información en: www.ethicaltrade.org/</p> |
|  <p>EVERY MOTHER COUNTS</p> | <p>EVERY MOTHER COUNTS</p> | <p>Organización sin ánimo de lucro dedicada a ayudar a que las mujeres reciban atención médica de calidad, para prevenir la mortalidad infantil y materna. A partir de nuestra alianza con <i>Every Mother Counts</i>, iniciada en 2015, se han desarrollado, entre otros, diversos proyectos de salud maternal en países como Bangladés y Estados Unidos.</p> <p> Más información en: www.everymothercounts.org</p> |
| <p>FASHION PACT</p> | <p>FASHION PACT</p> | <p>Somos socios co-fundadores de este acuerdo entre empresas líderes del sector de la moda que se compromete a establecer objetivos concretos para hacer frente a los retos de la industria en materia de lucha contra el cambio climático, cuidado de los océanos y conservación de la biodiversidad.</p> <p> Más información en: www.thefashionpact.org/</p> |
|  <p>FORO SOCIAL DE LA MODA</p> | <p>FORO SOCIAL DE LA MODA</p> | <p>Nace en 2018 como una iniciativa conjunta de organizaciones del tercer sector, sindicatos locales afiliados a <i>IndustriALL Global Union</i> (CCOO y UGT) y diversas marcas del textil español, entre las que nos encontramos. Fomenta un foro de diálogo entre los distintos grupos de interés acerca de las cadenas de suministro globales.</p> |
|  <p>furfree ALLIANCE</p> | <p>FUR FREE ALLIANCE</p> | <p><i>Fur Free Alliance</i> una coalición internacional de organizaciones para la protección del bienestar animal, cuyo objetivo final es erradicar la explotación y la muerte de animales para la extracción de su piel. Inditex forma parte del <i>Fur Free Retailer Program</i> de la <i>Fur Free Alliance</i>.</p> <p> Más información en: www.furfreealliance.com</p> |
|  <p>GFA</p> | <p>GLOBAL FASHION AGENDA (GFA)</p> | <p>Promueve una serie de compromisos para avanzar hacia la economía circular en 2020, que se conocen como los <i>GFA 2020 Commitments</i>.</p> <p> Más información en: www.globalfashionagenda.com</p> |
|  <p>industri all global union</p> | <p>INDUSTRIALL GLOBAL UNION</p> | <p>Federación Internacional de sindicatos que representa a más de 50 millones de trabajadores del sector industrial afiliados a casi 600 sindicatos. La colaboración con <i>IndustriALL</i> se sustancia a través del Acuerdo Marco Global, firmado en 2007 y primero en abarcar toda la cadena de suministro de una empresa textil. El Acuerdo, renovado en 2019, subraya el papel esencial de la libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva y tiene como objetivo velar por las normas internacionales del trabajo derivadas de los Convenios de la OIT, de Naciones Unidas y de las Directrices de la OCDE.</p> <p> Más información en: www.industriall-union.org/es</p> |
|  <p>IPE 公众环境研究中心</p> | <p>INSTITUTO DE ASUNTOS PÚBLICOS Y MEDIOAMBIENTALES DE CHINA (IPE)</p> | <p>Un año más, mantenemos nuestra colaboración con el Instituto de Asuntos Públicos y Medioambientales de China, IPE, para la mejora de la gestión ambiental de la cadena de suministro en China y la divulgación de los resultados de los análisis de aguas residuales. Seguimos colaborando conjuntamente en la elaboración de un mapa que monitorea el desempeño de las empresas textiles en China.</p> <p> Más información en: www.ipe.org.cn/index.aspx</p> |

| | | |
|---|---|--|
|  | <p>LBG (LONDON BENCHMARKING GROUP) ESPAÑA</p> | <p>Metodología para la medición de la acción social empresarial. Inditex es miembro del grupo LBG España, compuesto actualmente de 18 empresas.</p> <p> Más información en: https://www.lbg.es/es/home</p> |
|  | <p>MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (MIT)</p> | <p>En el marco de nuestro Programa <i>Closing the Loop</i>, colaboramos con el <i>Massachusetts Institute of Technology</i> (MIT) en la iniciativa MIT-MISTI (<i>International Science and Technology Initiatives</i>) con el fin de investigar el desarrollo de procesos de reciclaje a partir de prendas usadas.</p> <p> Más información en: www.mit.edu</p> |
|  | <p>MIT CLIMATE AND SUSTAINABILITY CONSORTIUM</p> | <p>Inditex forma parte del grupo de empresas fundadoras del MIT Climate and Sustainability Consortium (MCSC), creado con el objetivo de acelerar el desarrollo de soluciones a gran escala para luchar contra el cambio climático. La iniciativa reúne a multinacionales líderes en diferentes industrias para trabajar con el Massachusetts Institute of Technology (MIT), con el objetivo de compartir procesos y estrategias de innovación medioambiental.</p> |
|  | <p>MÉDICOS SIN FRONTERAS</p> | <p>Colaboramos desde 2008 con la organización de acción médico-humanitaria Médicos Sin Fronteras con el objetivo de asistir a personas amenazadas por conflictos armados, epidemias, desastres naturales o exclusión de la atención médica. Fruto de esta alianza estratégica en materia de inversión en la comunidad, hemos desarrollado proyectos en 52 países que han beneficiado a más de cinco millones y medio de personas</p> <p> Más información en: www.msf.org</p> |
|  | <p>OPEN FOR BUSINESS</p> | <p>Coalición que reúne a compañías globales de referencia que abogan por la inclusión y los derechos del Colectivo LGBT+ (lesbianas, gais, bisexuales y transexuales) para demostrar que las sociedades más inclusivas son mejores para los negocios y que las empresas que promueven la inclusión del Colectivo LGBT+ son más dinámicas, más productivas e innovadoras.</p> <p> Más información en: www.open-for-business.org/</p> |
|  | <p>ORGANIC COTTON ACCELERATOR (OCA FOUNDATION)</p> | <p>Somos miembros fundacionales y del comité inversor del <i>Organic Cotton Accelerator</i> (OCA). Se trata de una iniciativa que persigue el compromiso de contribuir al desarrollo de un mercado de algodón ecológico, responsable y saludable para todas las partes involucradas en el mismo.</p> <p> Más información en: www.organiccottonaccelerator.org</p> |
|  | <p>ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO</p> | <p>Participamos en el Programa <i>Better Work</i> de la OIT, para mejorar el cumplimiento con las normas laborales y la competitividad de las cadenas de suministro a escala global. Inditex se adhirió al Programa <i>Better Work</i> en octubre de 2007. En 2013, ambas partes firmaron un acuerdo específico que nos convierte en buyer partner directo del Programa <i>Better Work</i>.</p> <p>Mantenemos una alianza Público – Privada con la OIT, firmada en 2017 y de carácter trienal, que tiene como objetivo la promoción conjunta de los principios fundamentales y de los derechos laborales en la cadena de suministro del algodón.</p> <p> Más información en: www.ilo.org/global/lang--es/index.htm</p> |
|  | <p>PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS</p> | <p>Iniciativa de las Naciones Unidas para la promoción del dialogo social entre las empresas y la sociedad civil. Inditex se adhirió en octubre de 2001 y participamos activamente en distintas plataformas de trabajo junto con otros grupos de interés, como la Plataforma de Acción sobre Trabajo Decente en Cadenas de Suministro Globales y la Plataforma de Reporte sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible.</p> <p> Más información en: www.unglobalcompact.org/</p> |
|  | <p>SHIFT</p> | <p>Entidad sin ánimo de lucro experta en Derechos Humanos y presidida por D. John Ruggie, autor de los Principales Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas. Inditex es miembro de <i>Shift</i> desde 2018 y participa en su <i>Business Learning Programme</i>, programas de liderazgo en Derechos Humanos que reúne a empresas de todos los sectores para trabajar en la implantación de los Principios Rectores.</p> <p> Más información en: www.shiftproject.org/</p> |
|  | <p>SMART FREIGHT CENTRE</p> | <p>Es una organización sin ánimo de lucro dedicada al transporte sostenible. Su visión es conseguir un sector logístico global eficiente y cero emisiones, que contribuya a los objetivos del Acuerdo Climático de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Para alcanzar esta visión, unen a la comunidad logística global a través de su <i>Global Logistics Emissions Council</i> (GLEC).</p> <p> Más información en: www.smartfreightcentre.org</p> |




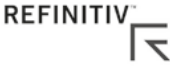


| | | |
|---|--|---|
|  | SUSTAINABLE APPAREL COALITION (SAC) | Somos miembros activos de la <i>Sustainable Apparel Coalition</i> (SAC), iniciativa del sector textil para desarrollar un índice de sostenibilidad común a fin de evaluar el desempeño de marcas <i>retailers</i> , proveedores y productos.  Más información en: www.apparelcoalition.org |
|  | SUSTAINABLE FIBRE ALLIANCE | <i>Sustainable Fibre Alliance</i> (SFA) es una organización internacional sin ánimo de lucro que trabaja en el ámbito de las cadenas de suministro de cashmere, desde los pastores hasta los <i>retailers</i> . Su objetivo es promover un estándar de sostenibilidad global para la producción de cashmere con el fin de preservar y restaurar los pastos, garantizar el bienestar animal y asegurar los medios de vida.  Más información en: www.sustainablefibre.org |
|  | TENT PARTNERSHIP FOR REFUGEES | Red global de más de 100 empresas fundada por la entidad sin fines lucrativos Tent Foundation con el objetivo de movilizar el sector privado para generar alianzas que mejoren la vida de las personas refugiadas.  Más información en: www.tent.org |
|  | TEXTILE EXCHANGE | Como miembros de <i>Textile Exchange</i> , colaboramos con esta organización independiente y sin ánimo de lucro, que constituye una referencia internacional en el sector. Es una plataforma de promoción del cultivo del algodón orgánico y de la sostenibilidad global en el sector textil.  Más información en: www.textileexchange.org |
|  | THE POLICY HUB | Colaboramos activamente con <i>The Policy Hub</i> que reúne a la industria textil y a sus grupos de interés con el fin de acelerar la transformación circular del sector.  Más información en: www.policyhub.org |
|  | UNI GLOBAL UNION | Inditex y la Federación de Sindicatos <i>UNI Global Union</i> , que representa a 20 millones de trabajadores de más de 150 países, han celebrado en 2019 el X Aniversario del Acuerdo Mundial que ambas entidades alcanzaron en 2009, acuerdo que promueve el respeto y la promoción de los derechos laborales y del trabajo digno en la red comercial y de distribución.  Más información en: www.uniglobalunion.org |
|  | UNITING BUSINESS AND GOVERNMENTS TO RECOVER BETTER OF NACIONES UNIDAS | Inditex es una de las más de 150 empresas participantes en <i>Science Based Targets</i> que han firmado en 2020 una declaración instando a los gobiernos de todo el mundo a alinear sus esfuerzos de recuperación frente a la crisis provocada por la covid-19 y a prestar ayuda económica con los últimos avances de la ciencia en relación con el clima.  Más información en: https://www.unglobalcompact.org/take-action/recover-better-statement |
|  | UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA | Inditex lleva a cabo una investigación con la Universitat Politècnica de Catalunya sobre los microplásticos presentes en los ecosistemas marinos que proceden del agua residual de los lavados de ropa. El proyecto se centra en la minimización de desprendimientos de estas partículas (inferiores a 5mm) de las prendas, con el objetivo de evitar que acaben depositadas en el mar. |
|  | UNIVERSITAT DE LLEIDA. A3 LEATHER INNOVATION CENTER DE IGUALADA | El desarrollo de las mejores tecnologías de curtición y ennoblecimiento del cuero, así como de métodos sensibles y versátiles para el análisis de sustancias clave como el formaldehído y el Cromo (VI) son los ejes de la cooperación con A3 Center.  Más información en: www.a3center.cat/index.php/es/ |
|  | WATER.ORG | Colaboramos con la organización sin fines lucrativos <i>Water.org</i> desde 2015 para mejorar el acceso a agua potable y saneamiento de familias con recursos escasos en Bangladés, Camboya e India. En virtud de nuestra alianza estratégica con <i>Water.org</i> , más de un millón y medio de personas han mejorado su acceso a agua potable y saneamiento a través de la provisión de microcréditos.  Más información en: www.water.org |
|  | ZERO DISCHARGE OF HAZARDOUS CHEMICALS (ZDHC) | Esta organización aúna nuestro esfuerzo con el resto de la industria para avanzar en conjunto para cumplir nuestro compromiso de alcanzar el Vertido Cero en 2020. Es un compromiso relativo a la restricción y eliminación de determinadas sustancias químicas en el proceso de fabricación de productos.  Más información en: www.roadmaptozero.com |

5.4. Reconocimientos

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS; COMUNICACIÓN RESPONSABLE

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>BLOOMBERG, GENDER EQUALITY INDEX</p> | <p>Inditex, por segundo año consecutivo, ha sido reconocida por Bloomberg en su Índice de Igualdad de Género (GEI) 2021. El índice analiza el compromiso con la igualdad de género a través de cinco pilares: liderazgo femenino y cartera de talentos, igualdad salarial y paridad de género, cultura inclusiva, políticas de acoso sexual y marca pro-mujer. La lista engloba a 380 corporaciones de 44 países y regiones de todo el mundo, entre más de 6.000 empresas globales analizadas. Las organizaciones abarcan 50 sectores e industrias, entre ellas, la del <i>retail</i>.</p> |
|  | <p>WORLD BENCHMARKING ALLIANCE</p> | <p>A través de su <i>Gender Disclosure Report 2020</i>, se analizan las prácticas en materia de igualdad y empoderamiento de la mujer de las 36 compañías más influyentes de la industria del retail. El estudio está basado en la información hecha pública por las propias empresas, y subraya el liderazgo de Inditex y el compromiso con sus proveedores en aspectos como la prevención del acoso sexual y la violencia en el lugar del trabajo, entre otros aspectos.</p> |
| <p>FINANCIAL TIMES</p> | <p>FINANCIAL TIMES</p> | <p><i>Financial Times</i> ha presentado su <i>Diversity Leaders</i>, que incluye en 2021 a Inditex por primera vez por sus esfuerzos para lograr la plena inclusión en el lugar de trabajo. El informe, en el que Inditex ocupa la posición 252, incluye una lista de 850 empresas líderes en 16 países europeos, elogiadas por sus plantillas por su enfoque integrador.</p> |
|  | <p>UNIVERSUM MOST ATTRACTIVE EMPLOYERS</p> | <p>Identifica a las 100 mejores empresas para trabajar a partir de encuestas a universitarios. Por sexto año consecutivo, Inditex vuelve en 2020 a situarse entre las empresas favoritas de los estudiantes de la rama de empresas.</p> |
|  | <p>INFORME REFINITIV GLOBAL DIVERSITY & INCLUSION INDEX</p> | <p>Inditex aparece en el informe <i>Refinitiv Global Diversity & Inclusion Index</i> en 2020, en el quinto puesto (51 en el año 2019). El índice identifica a las empresas que están a la vanguardia en las prácticas laborables de diversidad e inclusión para garantizar que sigan siendo competitivas y satisfagan las necesidades cambiantes de sus clientes.</p> |
|  | <p>DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX</p> | <p>Inditex continúa siendo una de las compañías de retail más sostenibles, según el índice de Sostenibilidad de Dow Jones, con un resultado de 75 puntos sobre 100 y que supera en 51 puntos la puntuación media del sector (68 puntos sobre 100 en 2019).</p> |
|  | <p>FTSE4GOOD</p> | <p>El índice de sostenibilidad <i>FTSE4Good</i> otorgó en 2020 a Inditex una puntuación de 4.9 sobre 5, la misma que en el 2019. Este índice bursátil de sostenibilidad incluye a las compañías mundiales con un mayor compromiso en el ámbito de la sostenibilidad, teniendo en cuenta sus prácticas medioambientales, sociales y de gobierno corporativo.</p> |



Aunamos fuerzas con gobiernos, sindicatos, instituciones académicas, organizaciones locales e internacionales y representantes de la sociedad civil, entre otros, para avanzar en el desarrollo sostenible a lo largo de nuestra cadena de valor y en las comunidades en las que operamos.

| | | |
|--|--|--|
| | <p>BAPTISTE WORLD AID AUSTRALIA</p> | <p>En 2020, la entidad presentó <i>The Covid Fashion Report</i>, una edición especial de su informe <i>Ethical Fashion Report</i>, dedicado al impacto de la covid-19 en la industria textil y que enumera los seis compromisos que las empresas pueden asumir ante la pandemia (apoyar el pago de los salarios a los trabajadores mediante el cumplimiento de los compromisos de compra; apoyar a los trabajadores en mayor situación de riesgo; escuchar a los trabajadores; asegurar sus derechos y garantizar la seguridad en el lugar de trabajo; colaborar con terceros en la protección de los trabajadores más vulnerables; y construir un mundo mejor). Inditex fue incluida entre las compañías con mayor grado de cumplimiento de estos compromisos.</p> |
| | <p>CDP ANTERIORMENTE, CARBON DISCLOSURE PROJECT</p> | <p>En 2020 Inditex ha sido reconocida con un nivel A- en su programa de cambio climático por su liderazgo en la divulgación de información y en su desempeño en la materia.</p> |
| | <p>CORPORATE KNIGHTS</p> | <p>Por tercer año consecutivo, Inditex está incluida en el Global 100 Most Sustainable Corporations. El ranking evalúa indicadores económicos, medioambientales, sociales y de gobierno de 7.395 empresas globales y sitúa a Inditex en el puesto 92 de la lista general y en segundo lugar del sector moda.</p> |
| | <p>CHANGING MARKETS FOUNDATION</p> | <p>Según el estudio <i>Dirty Fashion: Crunch Time</i>, Inditex se posiciona, por tercer año consecutivo, en la categoría frontrunner (pionero) de la industria del retail por su decidido impulso a la producción y comercialización de viscosa responsable. La última edición de este informe, publicada en diciembre de 2020, evalúa los planes de producción responsable, compromisos y progresos en materia de transparencia de 100 marcas y minoristas (91 en 2019) y de los fabricantes de viscosa e iniciativas más relevantes, mostrando en qué punto se encuentra la industria textil mundial en la transición hacia la viscosa responsable.</p> |
| | <p>FUNDACIÓN CUATRECASAS</p> | <p>Inditex ha sido distinguido con el Premio de Buen Gobierno Corporativo Manuel Olivencia.</p> |
| | <p>MERCO</p> | <p>En 2020, Inditex se alzó con el primer puesto en el ranking de Empresas con Mejor Reputación en España por noveno año consecutivo y de nuevo con el primer puesto en el ranking Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo.</p> |
| | <p>FORBES</p> | <p>Inditex figura por quinto año consecutivo en la lista Forbes Global 2000, que selecciona 2.000 compañías privadas a partir de cuatro indicadores: ventas, utilidades, activos y valor de mercado.</p> |





6 Sobre este informe



6.1. Marco de reporte

El presente Estado de Información No Financiera ha sido informado favorablemente por el Consejo Social de Inditex (órgano asesor y consultivo del Grupo en materia de sostenibilidad e integrado por personas externas e independientes).

En diciembre de 2018, entró en vigor la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (en adelante, la Ley 11/2018) que sustituye el Real Decreto-Ley 18/2017, de 24 de noviembre, por el que se traspuso al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad.

De conformidad con lo establecido en dicha Ley 11/2018, determinadas sociedades, entre las que se encuentra Inditex, deben preparar un Estado de Información No Financiera, que debe incorporarse en el informe de gestión o en un informe separado correspondiente al mismo ejercicio que incluya el mismo contenido y cumpla los requisitos exigidos, y que incluya, entre otras cuestiones:

la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación del Grupo; y el impacto de su actividad con respecto a cuestiones medioambientales y sociales; al respeto de los Derechos Humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno; así como relativas al personal, debiendo incluir las medidas que, en su caso, se hayan adoptado para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal.

En este contexto, Inditex ha incluido el presente Estado de Información No Financiera dentro del Informe de Gestión Consolidado. El alcance de la información reportada incluye a todas las sociedades sobre las que Inditex tiene control o control conjunto (contenidas en el Anexo I de las cuentas anuales), no habiendo variaciones significativas con respecto al ejercicio 2019. Asimismo se incluye información relevante sobre la cadena de suministro de la Compañía, formada por proveedores y fabricantes independientes y no propiedad del Grupo Inditex.

Para la elaboración de este informe, Inditex se ha basado en los principios e indicaciones contenidos en los estándares de *Global Reporting Initiative* (en adelante, "GRI"), marco internacional de reporting que se contempla en el artículo



49.6.e) del Código de Comercio introducido por la Ley 11/2018, antes citada.

En la determinación de los contenidos a incluir en el informe y cómo reportar sobre ellos, la Compañía ha seguido las indicaciones recogidas en el estándar GRI 101: Fundamentos 2016, en el que se establecen los principios de reporte fundamentales para la elaboración de informes de sostenibilidad. Uno de estos principios es la materialidad, que Inditex ha puesto en práctica realizando un análisis de materialidad en colaboración con sus grupos de interés y que ha tenido como resultado la matriz de materialidad expuesta (ver páginas 23 y ss.).

De este modo, y atendiendo a los principios de GRI, este informe presenta los asuntos que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la Compañía y que pueden influir de un modo sustancial en las evaluaciones y decisiones de las partes interesadas. Estos asuntos se integrarán en la Memoria Anual correspondiente al ejercicio 2020, que Inditex publicará en el mes de julio del año en curso.

Además, hasta donde ha sido posible en la elaboración del presente Estado de Información no Financiera, de acuerdo con las mejores prácticas aplicables, se han tenido en cuenta las recomendaciones de los distintos organismos reguladores nacionales e internacionales.

Asimismo, el presente Estado de Información No Financiera se ha elaborado también tomando como referencia las recomendaciones incluidas en las Directrices UE 2017/

C215/01 Directrices sobre la presentación de informes no financieros, así como en el suplemento UE 2019/C209/01 *Suplemento sobre la información relacionada con el clima*.

En línea con la filosofía de mejora continua en materia de reporte y con el compromiso de transparencia y de abatimiento del impacto en el cambio climático del Grupo en 2020, Inditex ha mostrado su apoyo al *Task Force on Climate Related Financial Disclosures* (TCFD). De este modo, se ha establecido un compromiso de incorporar sus recomendaciones para aportar una mayor transparencia sobre los riesgos y oportunidades derivados del cambio climático para la Compañía.

Se ha creado un grupo de trabajo multifuncional y multidisciplinar con la misión de analizar, gestionar y adaptar el marco de divulgación y de gestión relacionada con el clima de la Empresa a las recomendaciones del TCFD.

La información incluida en el Estado de Información No Financiera se ha sometido a revisión independiente por parte de Deloitte. El alcance y resultados de la revisión independiente se describen en el Informe de Revisión que se adjunta en este informe.

La revisión de este informe se ha llevado a cabo de acuerdo con la versión revisada de la Norma ISAE 3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, y con la Guía de Actuación nº47 sobre *Encargos de verificación del Estado de Información No Financiera*, emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

6.2. Índice de los contenidos requeridos por la ley 11/2018, de 28 de diciembre

ÍNDICE DE LOS CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018

| INFORMACIÓN SOLICITADA POR LA LEY 11/2018 | MATERIALIDAD | PÁGINA DEL EINF DONDE SE DA RESPUESTA | CRITERIO DE REPORTING: GRI SELECCIONADOS ⁽¹⁾ (VERSIÓN 2016 SI NO SE INDICA LO CONTRARIO) |
|---|--------------|---|---|
| INFORMACIÓN GENERAL | | | |
| Una breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y estructura | Material | 12-22 | GRI 102-2 |
| Mercados en los que opera | Material | 12-15 | GRI 102-4 GRI 102-6 |
| Objetivos y estrategias de la organización | Material | 8-11, 18-21, 69, 76-81, 102-105 | GRI 102-14 |
| Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución | Material | 12-22, 29-32, 37-43 | GRI 102-14 GRI 102-15 |
| Marco de reporting utilizado | Material | 26, 204 | GRI 102-54 |
| Principio de materialidad | Material | 23-27 | GRI 102-46 GRI 102-47 |
| CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES | | | |
| Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo | Material | 12-22, 116-127, 131-148, 154-155, 164-165 | GRI 102-15 GRI 103-2 |
| INFORMACIÓN GENERAL DETALLADA | | | |
| Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad | Material | 131-148, 138-139 | GRI 102-15 GRI 103-2 |
| Procedimientos de evaluación o certificación ambiental | Material | 138-144, 154-155 | GRI 102-11 GRI 102-29 |
| Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales | Material | 138-144 | GRI 103-2 |
| Aplicación del principio de precaución | Material | 131-148, 138-139 | GRI 102-11 |
| Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales | Material | 131-148, 138-139 | GRI 103-2 |
| CONTAMINACIÓN | | | |
| Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, | Material | 138-144 | GRI 103-2 |
| incluido el ruido y la contaminación lumínica | No material | 27 | No aplica |
| ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS | | | |
| Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos | Material | 116-129, 148-149 | GRI 103-2 GRI 301-3 en lo que respecta a los productos de envasado recuperados para reutilización y reciclaje GRI 306-1 en lo que respecta al tipo de vertidos de la compañía y a la gestión de los vertidos en la cadena suministro (vertido cero) GRI 306-2 en lo que respecta al total de residuos generado |
| Acciones para combatir el desperdicio de alimentos | No material | 27 | No aplica |
| USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS | | | |
| Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales | Material | 144-146, 148-149 | GRI 303-1 (2018) GRI 303-5 (2018) en lo que respecta al consumo total de agua de fuentes propias |

(1) Adicionalmente a los contenidos de reporting GRI seleccionados se indican en la tabla los contenidos vinculados del Borrador del suplemento sectorial Apparel and Footwear (AF) de la Guía G4 de Global Reporting Initiative.

ÍNDICE DE LOS CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018

| INFORMACIÓN SOLICITADA POR LA LEY 11/2018 | MATERIALIDAD | PÁGINA DEL EINF DONDE SE DA RESPUESTA | CRITERIO DE REPORTING: GRI SELECCIONADOS ⁽¹⁾ (VERSIÓN 2016 SI NO SE INDICA LO CONTRARIO) |
|--|--------------|---------------------------------------|--|
| Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso | Material | 121-122, 149-153, 154-155 | GRI 301-1 GRI 301-2 AF18, AF20 |
| Consumo, directo e indirecto, de energía | Material | 136-144 | GRI 302-1 en lo que respecta al consumo directo e indirecto de energía procedente de fuentes renovables y no renovables dentro de la organización GRI 302-4 |
| Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética | Material | 136-144 | GRI 103-2 GRI 302-3 GRI 302-4 |
| Uso de energías renovables | Material | 136-144 | GRI 302-1 en lo que respecta al consumo directo e indirecto de energía procedente de fuentes renovables AF21 |
| CAMBIO CLIMÁTICO | | | |
| Emisiones de gases de efecto invernadero generadas como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce | Material | 136-144 | GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-3 GRI 305-4 GRI 305-5 |
| Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático | Material | 149, 196 | GRI 201-2 |
| Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin | Material | 131-148 | GRI 103-2 GRI 305-5 |
| PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD | | | |
| Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad | Material | 131-134, 135, 146-147 | GRI 304-3 en lo que respecta a medidas tomadas para preservar la biodiversidad |
| Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas | Material | 122-123, 132-134, 135, 144, 146-147 | GRI 304-2 |
| CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL | | | |
| Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo | Material | 44, 83, 86-93, 97, 102-105 | GRI 102-15 GRI 103-2 |
| EMPLEO | | | |
| Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional | Material | 84-85 | GRI 102-8, GRI 405-1 en lo que respecta a la distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional |
| Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo y promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional | Material | 45-46 | GRI 102-8 en lo que respecta al número total de empleados por contrato laboral y tipo de contrato laboral, por sexo edad y clasificación profesional |
| Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional | Material | 46 | GRI 103-2 |
| Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor | Material | 98 | GRI 405-2 en lo que respecta a remuneración de mujeres frente a hombres por sexo, edad y clasificación profesional |
| Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad | Material | 97-98 | GRI 405-2 en lo que respecta a remuneración de mujeres frente a hombres por clasificación profesional y ubicación con operaciones significativas. |
| Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo | Material | 98 | GRI 405-2 en lo que respecta a remuneración de mujeres frente a hombres por categoría profesional |
| Implantación de políticas de desconexión laboral | Material | 90 | GRI 103-2 |
| Número de empleados con discapacidad | Material | 88-89 | GRI 405-1 en lo que respecta a la distribución de empleados por otros indicadores de diversidad |
| ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO | | | |
| Organización del tiempo de trabajo | Material | 49 | GRI 103-2 |
| Número de horas de absentismo | Material | 36 | GRI 403-9 (2018) en lo que respecta a las horas de absentismo |

ÍNDICE DE LOS CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018

| INFORMACIÓN SOLICITADA POR LA LEY 11/2018 | MATERIALIDAD | PÁGINA DEL EINF DONDE SE DA RESPUESTA | CRITERIO DE REPORTING: GRI SELECCIONADOS ⁽¹⁾ (VERSIÓN 2016 SI NO SE INDICA LO CONTRARIO) |
|---|--------------|--|--|
| Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores | Material | 90 | GRI 401-3 en lo que respecta al número total de empleados que se han acogido al permiso parental y número total de empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental, por sexo |
| SALUD Y SEGURIDAD | | | |
| Condiciones de salud y seguridad en el trabajo | Material | 29-34, 110-111 | GRI 403-1 (2018) GRI 403-2 (2018) GRI 403-3 (2018) GRI 403-5 (2018) GRI 403-6 (2018) GRI 403-7 (2018) |
| Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo | Material | 34-36 | GRI 403-9 (2018) en lo que respecta a lesiones por accidente laboral GRI 403-10 (2018) en lo que respecta a enfermedades laborales de empleados |
| RELACIONES SOCIALES | | | |
| Organización del diálogo social incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos | Material | 47-48, 105-106 | GRI 103-2 GRI 102-43 |
| Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país | Material | 47-48 | GRI 102-41 |
| Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo | Material | 47-48, 110-111 | GRI 403-4 (2018) |
| FORMACIÓN | | | |
| Políticas implementadas en el campo de la formación | Material | 92-96 | GRI 103-2 GRI 404-2 |
| Cantidad total de horas de formación por categoría profesional | Material | 93 | GRI 404-1 en lo que respecta al total de horas de formación por categoría profesional |
| ACCESIBILIDAD UNIVERSAL | | | |
| Accesibilidad universal de las personas con discapacidad | Material | 88-89 | GRI 103-2 |
| IGUALDAD | | | |
| Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres | Material | 86-90, 108-109 | GRI 103-2 |
| Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo | Material | 86-90 | GRI 103-2 |
| Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad | Material | 86-90 | GRI 103-2 |
| RESPECTO DE LOS DERECHOS HUMANOS | | | |
| Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo | Material | 102-115, 169-171 | GRI 102-15 GRI 103-2 |
| APLICACIÓN DE PROCEDIMIENTOS DE DILIGENCIA DEBIDA | | | |
| Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos y prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos | Material | 170-171 | GRI 102-16 GRI 102-17 GRI 412-1 GRI 412-3 AF16 |
| Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos | Material | 61-63 | GRI 406-1 AF12, AF13, AF14, AF16 |
| Medidas implementadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil | Material | 40-43, 47-48, 104-108, 114-115, 164, 170-171 | GRI 103-2 GRI 407-1 GRI 408-1 GRI 409-1 |

ÍNDICE DE LOS CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018

| INFORMACIÓN SOLICITADA POR LA LEY 11/2018 | MATERIALIDAD | PÁGINA DEL EINF DONDE SE DA RESPUESTA | CRITERIO DE REPORTING: GRI SELECCIONADOS ⁽¹⁾ (VERSIÓN 2016 SI NO SE INDICA LO CONTRARIO) |
|---|--------------|--|--|
| LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO | | | |
| Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo | Material | 56-68 | GRI 102-15 GRI 103-2 |
| Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno | Material | 57-68 | GRI 103-2 GRI 102-16 GRI 102-17 GRI 205-2 GRI 205-3 |
| Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales | Material | 57-60 | GRI 103-2 GRI 102-16 GRI 102-17 |
| Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro | Material | 174-181, 194 | GRI 102-13 GRI 201-1 en lo relativo a inversión en la comunidad |
| INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD | | | |
| Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo | Material | 12-22, 52-55, 99-101, 135, 162-167, 176-194, 195-199 | GRI 102-15 GRI 103-2 |
| COMPROMISOS DE LA EMPRESA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE | | | |
| El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local | Material | 173-175, 176-194 | GRI 103-2 GRI 203-2 GRI 204-1 |
| El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio | Material | 37-43, 102-104, 173-175, 176-194 | GRI 103-2 GRI 413-1 GRI 413-2 |
| Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos | Material | 102-104, 173-175, 176-194 | GRI 102-43 GRI 413-1 |
| Las acciones de asociación o patrocinio | Material | 102-104, 173-175, 176-194 | GRI 103-2 |
| SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES | | | |
| Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales | Material | 145-146, 152-153, 162-168 | GRI 308-1 GRI 414-1 AF6, AF7 |
| Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental | Material | 145-146, 152-153, 162-168 | GRI 102-9 GRI 308-1 GRI 414-1 |
| Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas | Material | 162-168 | GRI 102-9 GRI 308-2 GRI 414-2 AF2, AF3, AF8, AF12, AF13, AF14, AF16 |
| CONSUMIDORES | | | |
| Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores | Material | 50-55, 156-161 | GRI 416-1 GRI 416-2 GRI 417-1 |
| Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas | Material | 50-55 | GRI 103-2 |
| INFORMACIÓN FISCAL | | | |
| Los beneficios obtenidos país por país | Material | 99 | GRI 207-4 (2019) en lo que respecta a los beneficios antes de impuestos |
| Los impuestos sobre beneficios pagados | Material | 100-101 | GRI 207-4 (2019) en lo que respecta al impuesto sobre el beneficio de las sociedades pagado |
| Las subvenciones públicas recibidas | Material | 101 | GRI 201-4 en lo que respecta a las subvenciones públicas recibidas |

INDITEX