

4.

Transformamos a través de un modelo único

En Inditex hemos desarrollado un modelo de negocio único caracterizado por su flexibilidad y eficiencia, por su incesante carácter innovador, por la creatividad de nuestros equipos y por nuestro enfoque sostenible en todos los procesos que lo conforman: desde el diseño de nuestros productos de moda, hasta que llegan a nuestros clientes en los más de 200 mercados donde están disponibles.

Desde este punto de partida, trabajamos para impulsar, de manera decidida y colaborativa, la transformación del sector, generando un impacto positivo en la sociedad, en la industria y en nuestro entorno.

4.1.

Nuestra estrategia y modelo de crecimiento, impulso de la transformación

El conocimiento pormenorizado del entorno y la apuesta tecnológica del Grupo facilita la innovación y una transformación ágil, coordinada y global en todas las fases de la cadena de valor: diseño, producción, logística, canales de venta y clientes.

4.1.1. Modelo de negocio y estrategia

GRI 102-5; 102-12 Y 102-16

Nuestra 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.

Trabajamos con la ambición de combinar un **modelo económico eficiente, sostenible e integrado**, que genere oportunidades de mejora para todo nuestro ecosistema al tiempo que minimice los consumos de recursos, consiguiendo así desvincular la evolución económica de su impacto.

De esta manera, y a través de la colaboración, impulsamos de manera decidida la transformación sostenible del sector.

Modelo de negocio integrado

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.** que cotiza en las cuatro bolsas de valores españolas y que, junto con sus sociedades filiales, configura el Grupo Inditex (en adelante, el 'Grupo'). Estamos presentes en más de 200 merca-

dos de los cinco continentes (se incluye información detallada de los mercados en los que operamos en el Informe de Gestión consolidado). El detalle de la estructura societaria a 31 de enero de 2022 se recoge en el Anexo I de las Cuentas Anuales consolidadas del Grupo Inditex.

Siempre hemos identificado a las personas como el factor clave en nuestro modelo de negocio, tanto nuestros clientes, que demandan nuestros productos, como todas aquellas personas que ponen su talento al servicio de nuestros clientes: nuestros trabajadores, apoyados por nuestra cadena de suministro. Somos 165.042 personas de 177 nacionalidades que trabajamos de modo comprometido, inspirados por unos valores que forman parte del impulso fundacional del Grupo: el espíritu emprendedor, el inconformismo, la innovación, la inclusión o la humildad.

La moda, entendida como elemento de expresión de identidad individual y colectiva, es uno de los rasgos distintivos de la comunicación entre personas. Su manifestación se desarrolla mediante múltiples productos y canales, y se caracteriza por la evolución constante de los gustos en el tiempo, influidos por múltiples factores, tanto inherentes al propio sector como externos a él.

Somos un grupo de referencia en la moda, que hemos alcanzado una presencia global sobre la base de un modelo de negocio integrado que es diferencial frente al resto de la industria. El permanente cambio, y su consecuente necesidad de adaptación a tendencias y volúmenes, es el factor que ha determinado la definición del modelo de negocio de nuestro Grupo, que es único en el sector, y es la clave del éxito comercial de nuestra Compañía.

Desde nuestros inicios hemos establecido un proceso de interacción con nuestros clientes como principal herramienta para poder identificar las tendencias más actuales y crear así los productos que nos demandan (ropa, calzado, complementos o artículos para el ho-



gar), manteniendo nuestro elevado nivel de exigencia en la combinación de diseño, calidad y sostenibilidad, a precios accesibles. Esta constante conexión nos ha permitido además detectar nuevas necesidades que hemos ido incorporando progresivamente en forma de nuevos servicios, tecnologías o canales.

Esta evolución continua nos ha permitido desarrollar a lo largo del tiempo 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 continuo de análisis centralizado de la información sobre la evolución del negocio, lo que permite la toma ágil de decisiones adaptadas a la realidad empresarial y 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.

Desde este punto de partida, trabajamos para impulsar de manera decidida y colaborativa la transformación del sector, generando un impacto positivo en la sociedad, en la industria y en nuestro entorno.

a) Diseño

El punto de partida de la creatividad del Grupo, el gran valor añadido del modelo de negocio de Inditex, son los **más de 700 diseñadores** que impulsan nuestras marcas. Integrados dentro de los equipos comerciales, su permanente contacto con los equipos de tiendas y *online* a través del departamento de Gestión de Producto, así como su gran capacidad de reacción, permiten detectar los gustos de los clientes en cada momento. Esta información se interpreta y traduce a productos alineados con la demanda más actual en tendencia y cantidad. Además, nuestros diseñadores son quienes asumen el primer nivel del compromiso con la sostenibilidad de la Compa-

ña, seleccionando los procesos y materiales más adecuados para nuestros productos. Este esfuerzo se materializa en colecciones que incorporan novedades creativas de manera constante a lo largo de la temporada, visibles en los escaparates e interiores 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. Asimismo, su activa labor de búsqueda y promoción de materiales y procesos de producción cada vez más sostenibles contribuye 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 social y medioambientalmente responsable de la cadena de suministro. De este modo, se aseguran unas condiciones dignas para todos los trabajadores de nuestros proveedores y fabricantes y un menor impacto medioambiental. Nuestra cadena de suministro tiene una presencia global, organizada a través de 12 clústeres, 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, ajustando inmediatamente el número de prendas a la demanda real. Esto permite minimizar los excedentes que se pudieran producir, contribuyendo así a una gestión responsable del stock en sintonía no solo 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 medioambiente, desarrollando procesos de producción más eficientes y compartiendo todo ello de acuerdo con los más elevados estándares de comunicación y transparencia.

① Más información en el apartado 5.5. *Colaboramos para que nuestros proveedores crezcan de este Informe.*

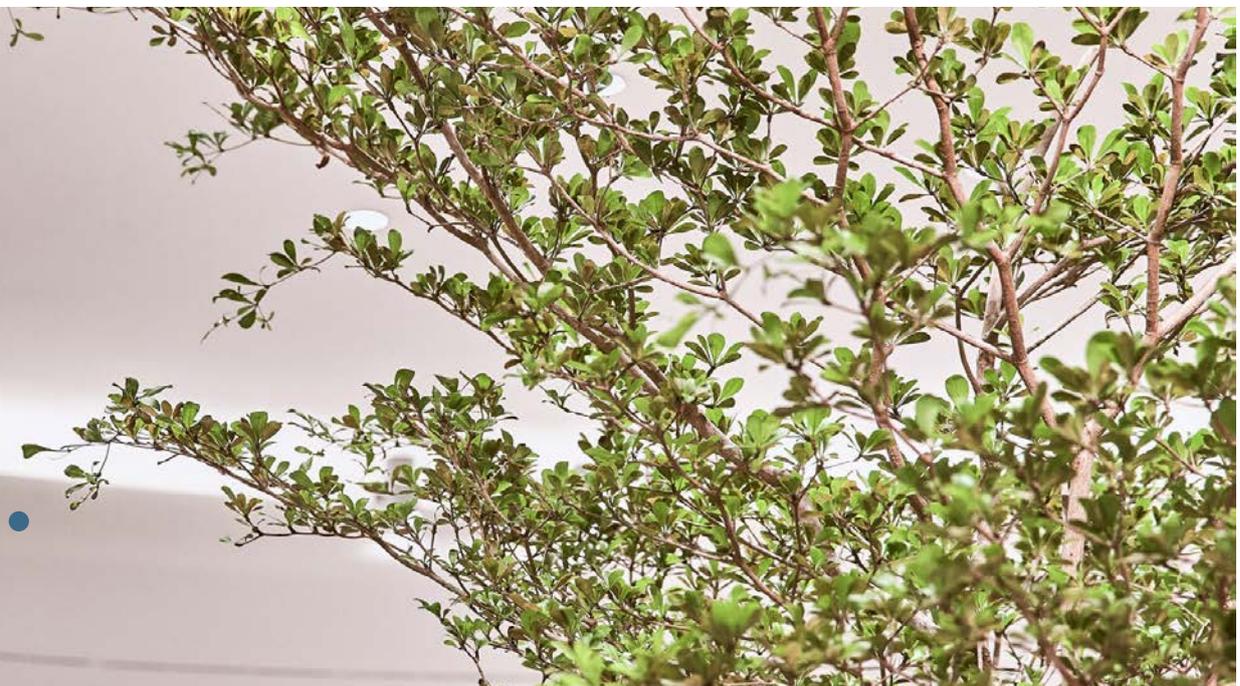
c) Logística y distribución

Esta etapa se adapta permanentemente a las decisiones comerciales, flexibilidad que ha resultado fundamental para soportar nuestra expansión hasta alcanzar los **más de 200 mercados**. 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 en 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 pueden 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 Grupo Inditex 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.

El espacio de compra tanto en tiendas como *online* se caracteriza por la búsqueda de la calidad. En los espacios físicos se persigue 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 expe-



riencia de moda a cualquier momento y en cualquier lugar a través de los dispositivos móviles, con la comodidad de que nuestros clientes puedan recibir los productos en el sitio más conveniente para ellos. Se eliminan así las barreras entre lo físico y lo virtual y se logra 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 ahondar en nuestra decidida apuesta por la innovación tecnológica, fundamental en una época que necesita de soluciones flexibles que se adecúen a los continuos cambios.

Una estrategia en continua evolución

Este modelo de negocio integrado nos permite contar con una visión unificada de nuestros clientes y sus demandas en todo momento. Nuestra estrategia aprovecha esta ventaja para hacer evolucionar nuestro modelo hacia mejoras en el ámbito económico, sostenible e integrador.

El punto de partida es mantener el nivel de éxito comercial alcanzado hasta la fecha, que está basado en **dos firmes palancas de apoyo**:

- La fortaleza de nuestros equipos comerciales y de diseño y la flexibilidad de la que el aprovisionamiento en proximidad dota a nuestra cadena de suministro;
- Buscamos ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes, ya sea maximizando las posibilidades de interacción a través de diferentes canales, facilitando la disponibilidad de producto mediante una gestión eficiente del inventario o desarrollando herramientas analíticas que mejoren las propuestas de servicio.

Nuestra estrategia se impulsa sobre la base de las oportunidades que nos ofrecen los procesos de digitalización y nuestras ambiciones en sostenibilidad. Estos ejes se desarrollan mediante iniciativas concretas en distintas fases de nuestro modelo de negocio:

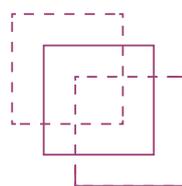
- Con el objetivo de mantener la flexibilidad de la cadena de suministro, continuamos con el proceso de consolidación y refuerzo de nuestra base de proveedores. Los nuevos desarrollos tecnológicos nos permiten contar con una visión holística de nuestra base de proveedores, facilitando así la integración de los criterios de sostenibilidad desde el inicio del proceso de diseño y compra.

- Continuamos con el proceso de diferenciación de nuestra superficie comercial. La constante inversión en nuestra red de tiendas busca mejorar la calidad de nuestra superficie de venta, mejorando su atractivo y la experiencia de compra de los clientes. Para ello, a la integración tecnológica, que permite la introducción constante de nuevas funcionalidades, añadimos una política muy activa de reformas, ampliaciones y reubicaciones.

- Mantenemos el impulso de la digitalización como herramienta clave para el crecimiento de la venta *online*, tanto en canales digitales como a través de su integración en tienda. La disponibilidad inmediata de los datos del negocio, obtenida gracias a nuestra integración total, permite agilizar todavía más los procesos de toma de decisiones, lo que resulta en una gestión más eficiente del inventario y una mejora de los niveles de servicio al cliente.

- La sostenibilidad, en sus distintas facetas, es un elemento fundamental de la evolución futura de nuestro Grupo. Los retos y oportunidades derivados de la búsqueda de nuevos materiales y procesos que minimicen los consumos, al tiempo que permitan incrementar el ciclo de vida de los productos, ya sea por mayor durabilidad o por permitir su reciclabilidad, son ejemplos tangibles. Nuestra ambición en este campo es clara y abarca no solo el aspecto medioambiental sino también la creación de oportunidades en todo nuestro ecosistema productivo, desde las posibilidades de incorporación, formación y promoción interna para nuestras personas, hasta las iniciativas de empoderamiento y desarrollo de los distintos niveles de nuestra cadena de suministro, con el objetivo de contribuir al bienestar de todos nuestros grupos de interés.

Más información en el apartado 4.2. *La sostenibilidad, base de la transformación de este Informe.*



+700

DISEÑADORES

Impulsan nuestras marcas. Integrados dentro de los equipos comerciales, su permanente contacto con los equipos de tiendas y *online* a través del departamento de Gestión de Producto, así como su gran capacidad de reacción, permiten detectar los gustos de los clientes en cada momento.

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 Integral de Control y Gestión de Riesgos, que se describe en el apartado **5.10. Gestión responsable del riesgo**, emana del Consejo de Administración y se articula a través de normas dirigidas a la gestión de los diferentes supuestos.

Nuestro sistema de gobierno corporativo está orientado a promover una gestión adecuada, transparente y sostenible de la Compañía.

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.

El funcionamiento de los órganos sociales de Inditex durante el ejercicio social 2021 se ha caracterizado por una progresiva vuelta a la normalidad. En un contexto todavía 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 sus accionistas y otros grupos de interés, la Junta General Ordinaria de Accionistas se celebró nuevamente en primera convocatoria, el 13 de julio de 2021, con la asistencia y participación tanto física como telemática de los accionistas y sus representantes, a través del empleo de medios telemáticos que permitieron la conexión remota y en tiempo real.

Por su parte, el funcionamiento del Consejo de Administración y de sus Comisiones delegadas, ha tenido como principal exponente la celebración de reuniones mixtas, con la presencia física y en remoto de los Consejeros. Además, el seguimiento de la evolución de la crisis sanitaria mundial y su impacto sobre la actividad del Grupo y los principales indicadores de riesgo han seguido marcando sus agendas y, en particular, la de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

El Informe Anual de Gobierno Corporativo correspondiente al ejercicio 2021, disponible en nuestra web corporativa, proporciona una información completa y razonada sobre la estructura y prácticas de gobierno de la Sociedad.

MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE

ZARA

PULL&BEAR

Massimo Dutti

Bershka

El modelo de negocio de Inditex, caracterizado por la **integración, sostenibilidad, innovación y la colaboración** en todas las fases de la cadena de valor, aspira a satisfacer las expectativas de nuestros clientes y a ofrecerles **moda de calidad** con los más exigentes estándares de **sostenibilidad**.

La ejecución de este modelo de negocio, y el ejercicio de nuestra actividad como Compañía en sí mismo, se asientan sobre una serie de **principios de actuación** validados y refrendados por el Consejo de Administración de Inditex, así como sobre una serie de **valores** que definen nuestra cultura corporativa.

Con ellos, y en virtud de la transparencia y diálogo constante con nuestros **grupos de interés**, trabajamos para impulsar los **Derechos Humanos**, los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** y, de forma muy especial, para la **creación de valor** y la generación de **impacto positivo** en la sociedad.

Valores corporativos

- ✓ Flexibilidad
- ✓ Proactividad
- ✓ Diversidad
- ✓ Creatividad
- ✓ Inconformismo
- ✓ Conciencia Medioambiental
- ✓ Respeto a los Derechos Humanos
- ✓ Contribución al Desarrollo Sostenible

Principios de actuación

- ✓ Política de Derechos Humanos
- ✓ Política de Diversidad e Inclusión
- ✓ Política de Inversión en la Comunidad
- ✓ Política de Compras y Contrataciones
- ✓ Política de Estrategia Fiscal
- ✓ Política de Sostenibilidad
- ✓ Política de Compliance
- ✓ Política de Prevención de Riesgos Penales
- ✓ Política de Seguridad y Salud
- ✓ Hoja de Ruta de Sostenibilidad
- ✓ Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores
- ✓ Código de Conducta y Prácticas Responsables

Grupos de interés



Empleados



Clientes



Proveedores



Comunidad



Medioambiente



Accionistas

Clientes

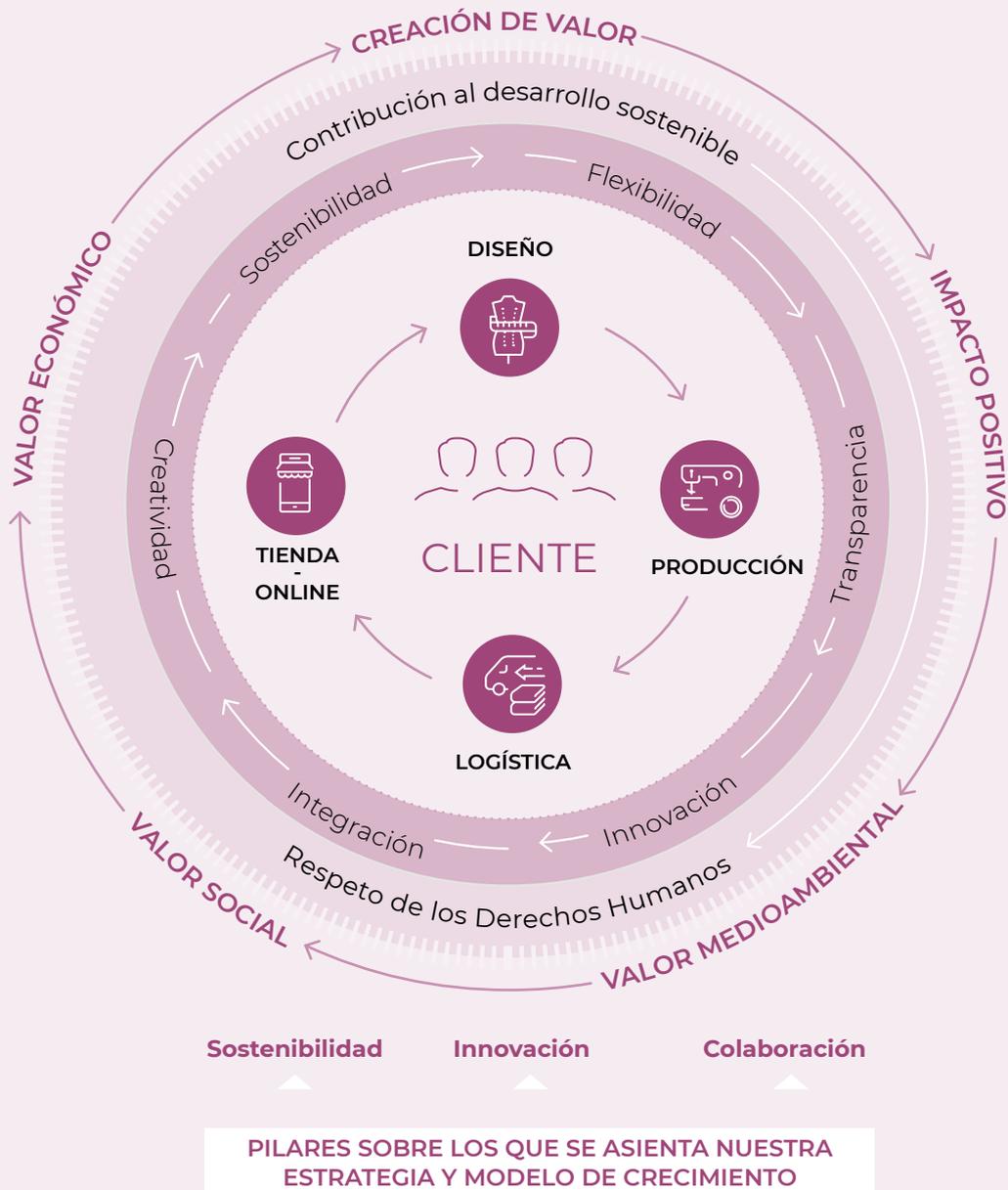
Escuchar a nuestros clientes es el punto de partida de una actividad esencial para conocer qué productos demandan y ofrecérselos en el momento y lugar adecuados. Sólo el correcto engranaje de este mecanismo (*escucha - identificación de necesidades - oferta*) puede brindarle la mejor experiencia de compra.

Derechos Humanos

Para la promoción y el respeto de los Derechos Humanos en todos los ámbitos de nuestra actividad, Inditex cuenta con una estrategia basada en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

Creación de valor

El compromiso con la creación de valor económico, social y medioambiental para nuestros grupos de interés genera un impacto positivo y contribuye al desarrollo de la sociedad y al cuidado del planeta.



Cadena de valor

Nuestro modelo de negocio se caracteriza por la integración de todas las fases de la cadena de valor, lo que permite la toma ágil de decisiones y una constante adaptación a la realidad operativa. Gracias a ello, gestionamos la Compañía con un bajo nivel de inventario.

Contribución a los ODS

Nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 cobra aún más relevancia en el contexto actual. Los ODS serán fundamentales en la reconstrucción de la economía y la sociedad tras la pandemia.

Impacto positivo

La sostenibilidad es el camino hacia una sociedad más justa y equilibrada con los límites del planeta. Un contexto donde, como empresa responsable, avanzamos junto a nuestros grupos de interés para transformar la industria y generar impacto positivo en las comunidades en las que operamos.

4.2.

La sostenibilidad, base de la transformación

La sostenibilidad es uno de los pilares de nuestro modelo de negocio. Contamos con una estrategia de colaboración, transparencia e innovación que involucra a todos los niveles de la Organización y crea una cultura de sostenibilidad en el desempeño de nuestro trabajo y a lo largo de toda la cadena de valor. Nuestro objetivo: avanzar en la senda del impacto positivo, garante de esa transformación.

4.2.1. Nuestra visión de la sostenibilidad

GRI 102-12; 103-2; 103-3; 201-2 Y 201-3

La sostenibilidad es uno de los ejes vertebradores de nuestro modelo de negocio. Estamos comprometidos con la creación de valor para nuestros grupos de interés, con el objetivo último de contribuir a la generación de impacto positivo para la sociedad y el planeta.

Todas nuestras decisiones y acciones están basadas en el respeto de los derechos humanos y laborales en toda la cadena de valor y en el cumplimiento de los más rigurosos y ambiciosos estándares medioambientales. Sobre esta base de necesario cumplimiento, construimos una ambiciosa estrategia de sostenibilidad que **sitúa al impacto en el centro**, como faro que nos permite guiar nuestros esfuerzos. Nuestro objetivo es avanzar en la senda del impacto positivo.

Nuestra visión de la sostenibilidad parte de una intención de trascender los enfoques a corto plazo y las tendencias con el fin de crear estrategias, estructuras y planes de acción para el largo plazo. De este modo, nuestra perspectiva es doble: mantener un enfoque estratégico íntegro, atemporal y orgánico y, al mismo tiempo, atender a los retos tácticos más importantes y urgentes del planeta, de la sociedad y de nuestra industria.

Nuestras acciones están orientadas a proteger tres áreas principales y a generar impacto positivo sobre ellas: **la vida en su conjunto y los ecosistemas; las personas; y el sustrato (compuesto por sus distintos elementos: agua, tierra, aire y energía)**. Mantenemos, de este modo, una perspectiva sistémica.

HITOS 2021

- Inditex está incluida en el índice *Global 100 Most Sustainable Corporations in the World 2022* (publicado en enero de 2022). El Grupo avanza 19 posiciones hasta el puesto 73 en este listado anual realizado por *Corporate Knights* en el que se evalúa a las empresas en base a indicadores económicos, medioambientales, sociales y de gobierno.
- Además, en noviembre de 2021 Inditex recibe el sello *Terra Carta* por su contribución a la creación de un futuro sostenible.
El Príncipe de Gales lanzó este sello como parte de *Sustainable Markets Initiative*, que reconoce a las empresas globales que están impulsando la innovación y demostrando su compromiso con la creación de mercados sostenibles.

SOSTENIBILIDAD EN INDITEX: EL IMPACTO EN EL CENTRO





mica, integral e híbrida que aúna los ámbitos social y medioambiental, con la prosperidad y el desarrollo sostenible como objetivo último.

El compromiso con la sostenibilidad está integrado a lo largo de toda la Compañía: desde los órganos de gobierno, articulado a través de una sólida estructura de gobernanza en esta materia, hasta toda la plantilla, incluyendo oficinas, centros logísticos y tiendas. Esto nos permite avanzar en los objetivos y metas concretas que nos hemos impuesto con el fin de generar valor.

Para desarrollar nuestra estrategia sostenible, nos apoyamos en cuatro elementos fundamentales: **la cultura, la colaboración, la transparencia y la innovación.**

Cultura de sostenibilidad

La sostenibilidad está incorporada en todos nuestros procesos y decisiones a lo largo de nuestra cadena de valor. Desde el diseño de los productos a la gestión de las tiendas, es un **principio común**. Para que cale en todo el personal, independientemente de su puesto y función, desarrollamos distintas acciones encaminadas a crear una cultura de sostenibilidad en toda la Compañía.

El inicio de esta cultura es el momento de la incorporación de nuestras personas. Por ejemplo, las nuevas incorporaciones de personal de oficina reciben una formación en la que la sostenibilidad tiene un papel destacado. Tras esta aproximación inicial, en función del puesto que desempeñan, se realiza una formación más profunda en los distintos programas de la Compañía.

Esta capacitación es particularmente importante para nuestros equipos de compras y de producto, ya que sus acciones y decisiones tienen un impacto directo en la sostenibilidad de nuestros productos y de la cadena de suministro. En este sentido, la comunicación y la relación de los distintos equipos es continua, trabajando de manera conjunta para alcanzar los objetivos del Grupo. Además, este año hemos co-creado junto con una universidad referente a nivel internacional en el sector textil el programa de formación *The Sustainable Fashion School*, dirigido a nuestros equipos de compras y diseño.

Igualmente importante es la formación de nuestro personal de tiendas. En 2021 hemos lanzado el primer piloto del programa *Changemakers*, con el que queremos formar e informar a la plantilla de tiendas y crear una comunidad de agentes de cambio que interioricen nuestros compromisos y estrategia y los sientan como algo propio.

① Más información en el apartado 5.1.2. *Gestión de talento* de este Informe.

En 2021, **15.560 empleados** se han formado en sostenibilidad (6.960 empleados en 2020).

Colaboración

En línea con nuestro objetivo de ser una **palanca transformadora** de la industria, afrontamos la sostenibilidad desde un punto de vista holístico, que incluye tanto su integración a lo largo de todas las actividades de la cadena de valor de nuestro negocio como la colaboración con todos y cada uno de los actores que se relacionan con ella.

Para abordar el cambio de paradigma común necesario para afrontar los retos que suponen la lucha contra el cambio climático, la circularidad o el desarrollo sostenible de las comunidades, tenemos que aunar fuerzas con todos los actores implicados. Por ello, adoptamos un enfoque abierto, en el que la colaboración es un pilar para la transformación. Ejemplo de ello son nuestras colaboraciones con entidades como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo, *UNI Global Union*, *Indus-triALL Global Union*, *The Fashion Pact*, *Ellen MacArthur*

Colaboramos para transformar: impulsamos de manera decidida y colaborativa la transformación del sector.

Foundation, Zero Discharge of Hazardous Chemicals o la Sustainable Apparel Coalition, entre otros.

📄 Más información en el apartado 4.4. *La colaboración, esencia de la transformación de este Informe.*

Transparencia

En línea con nuestro compromiso con la transparencia, compartimos con nuestros grupos de interés información sobre nuestra estrategia de sostenibilidad, los programas sobre los que se articula, nuestros objetivos y su progreso, entre otros temas.

Uno de los principales ejemplos de nuestra transparencia es la rendición de cuentas que realizamos de manera anual a través de este Informe de Gestión Integrado, o la información que, de manera regular, difundimos en nuestra página web. Además, también compartimos diversa información detallada y específica con nuestros distintos grupos de interés, como accionistas, proveedores, clientes o las diferentes organizaciones con las que colaboramos.

📄 Más información en el apartado 4.4.1. *Relación con los grupos de interés de este Informe.*

Innovación

Inditex mantiene una apuesta permanente por la innovación en todos sus ámbitos, incluida la sostenibilidad.

La complejidad de los retos globales a los que nos enfrentamos y el camino hacia el impacto positivo exigen una presencia cada vez más destacada de **la innovación, la ciencia y la tecnología** en nuestras acciones.

Creemos que para poder ser palanca transformadora de la industria no es suficiente con aplicar los paradigmas actuales, sino que es necesario un enfoque innovador, que apueste de manera constante por nuevas soluciones tanto en el ámbito tecnológico, como en la creación de nuevos modelos de acción y de relación con nuestro entorno.

📄 Más información en el apartado 4.3. *La innovación, vital para poder transformar de este Informe.*

Hoja de ruta y compromisos

HITO 2021

Nuevos compromisos de sostenibilidad:

el Grupo aprueba en su Junta General de Accionistas nuevos objetivos en materia de sostenibilidad y adelanta 10 años su compromiso de lograr las cero emisiones netas para 2040.

NUESTRA HOJA DE RUTA DE SOSTENIBILIDAD

2022



100% de consumo de energía de origen renovable en todas nuestras instalaciones propias (sede, centros logísticos, fábricas y tiendas), superando el 80% previsto anteriormente para 2025.

Más del 50% de los artículos con etiquetado *Join Life*.

2023



100% algodón de fuentes más sostenibles, adelantando dos años el anterior objetivo de 2025.

100% de fibras artificiales celulósicas de fuentes más sostenibles.

Residuo Cero (Zero Waste) en nuestras instalaciones propias: sedes corporativas, centros logísticos, fábricas y tiendas.

100% eliminación de plásticos de un solo uso para clientes.

100% de recogida de todos los materiales de paquetería para su reciclaje o reutilización en la cadena de suministro (*Green to Pack*).

2025



100% Poliéster de fuentes más sostenibles.

100% Lino de fuentes más sostenibles.

Reducción del 25% del consumo de agua en la cadena de suministro.

2040



Cero emisiones netas, adelantando diez años el anterior objetivo previsto para 2050.

Contamos con una Hoja de Ruta de Sostenibilidad que se estructura en torno a dos ejes principales: el compromiso con la economía circular y la descarbonización –en línea con los objetivos del Acuerdo de París– y el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, a los que se añade, en última instancia, la promoción y el respeto de los derechos humanos.

En el marco de esta Hoja de Ruta, y en línea con nuestra estrategia sostenible, hemos establecido una serie de ambiciosos hitos y objetivos. Para su cumplimiento, es necesaria la implicación y el compromiso de todos y cada uno de los equipos que conforman Inditex, así como la colaboración con los diversos grupos de interés de nuestra industria y de las comunidades en las que llevamos a cabo nuestra actividad.

En la Junta General de Accionistas celebrada el pasado 13 de julio de 2021, el Grupo anunció el avance de algunos objetivos y la incorporación de nuevos a los ya consignados en nuestra Hoja de Ruta, elevando el grado de ambición. Entre ellos, destaca el adelanto de nuestro objetivo de cero emisiones netas para 2040, diez años antes de lo previsto.

Gobernanza de sostenibilidad

El compromiso con la sostenibilidad se extiende a todos los niveles de la Compañía, partiendo de los órganos de gobierno y permeando a todos los niveles de la organización, en base a un sólido sistema de gobernanza.

La **Comisión de Sostenibilidad** es el órgano delegado del Consejo de Administración responsable de supervisar y controlar las propuestas en materia de sostenibilidad, en los ámbitos social, medioambiental y de salud y seguridad de producto. Es también responsable de fomentar el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y de las relaciones con los distintos grupos de interés en este ámbito.

La Comisión de Sostenibilidad, junto con la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, es también responsable de supervisar el Estado de Información No Financiera (EINF), así como de la diversa documentación pública relacionada con sus competencias. La Comisión de Auditoría y Cumplimiento, por su parte, 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 la Política de Sostenibilidad.

Por otra parte, el Grupo cuenta con un **Comité de Ética**, órgano dependiente del Consejo de Administración, que vela por el cumplimiento de las normas de conducta; y un **Consejo Social**, órgano externo asesor en materia de sostenibilidad existente desde 2002. El Consejo Social está integrado por personas e instituciones externas e independientes y su función es institucionalizar el diálogo con los interlocutores clave de la sociedad civil donde desarrollamos nuestro modelo de negocio.

GOBERNANZA Y GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD



POLÍTICAS QUE GARANTIZAN LA INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN LAS OPERACIONES Y TOMA DE DECISIONES DEL GRUPO INDITEX

● Política de Sostenibilidad

- Política de Derechos Humanos
- Política de Diversidad e Inclusión
- Política de *Compliance*
- Política de Integridad
- Política de Productos Forestales
- Código de Conducta y Prácticas Responsables
- Estándares de salud y seguridad de producto: *Clear to Wear (CtW)*, *Safe to Wear (StW) Physical Testing Requirements (PTR)*, y los estándares I+ (*IPLUS*, *Inditex Precautions and Limits of Users' Safety*, por sus siglas en inglés)
- 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, Estrategia Global de Energía y Estrategia de Biodiversidad

- Principios que rigen la Sostenibilidad en el Grupo.
- Recoge 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.
- Principios que rigen la relación con los grupos de interés e identificación de los principales grupos.
- 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.

ⓘ Más información en el apartado 5.9. *Buen gobierno, cultura ética corporativa y sólida arquitectura de Compliance* de este Informe.

Este sistema de gobernanza se asienta en diversas políticas y estrategias que guían nuestras actividades y la toma de decisiones, que suponen la base para asegurar que la sostenibilidad está integrada a lo largo de nuestro modelo de negocio. Entre ellas, cabe destacar nuestra Política de Sostenibilidad, que recoge los principios que nuestro Grupo asume en las relaciones con los grupos de interés, favoreciendo la integración de prácticas de sostenibilidad en el modelo de negocio y con la premisa de que todas nuestras actividades se realizarán de manera respetuosa con las personas, el medioambiente y la comunidad en general, y a partir de nuestro compromiso con los derechos humanos y el desarrollo sostenible. Esta Política, aprobada por el Consejo de Administración el 14 de diciembre de 2020, consolida y actualiza las anteriores Políticas de Responsabilidad Social y Política de Sostenibilidad Medioambiental, refundiéndolas en un texto único.

El compromiso con la sostenibilidad de los órganos de gobierno y de toda la Compañía se materializa en la definición de objetivos ambiciosos y metas concretas, entre las que destaca la vinculación de la retribución variable de distintos colectivos del Grupo a objetivos de sostenibilidad.

RETRIBUCIÓN VARIABLE DE NUESTRAS PERSONAS

La retribución variable de todos los empleados de oficina incluye métricas de sostenibilidad.



MÁS INFORMACIÓN

sobre nuestra Política de Sostenibilidad.

15%

RETRIBUCIÓN VARIABLE DEL PRESIDENTE Y DEL CEO

El 15% de la retribución variable anual del presidente ejecutivo, así como del consejero delegado del Grupo, está vinculada al cumplimiento de las políticas de sostenibilidad. Este progreso se mide de acuerdo con un conjunto de indicadores, como el aumento del porcentaje de productos Join Life, entre otros.

+10%

INCENTIVO A LARGO PLAZO

Contamos con un incentivo a largo plazo para el periodo 2019-2023 dirigido a miembros del equipo directivo y otros empleados. Este incentivo incluye métricas vinculadas a los objetivos de sostenibilidad que, a su vez, representan el 10% del incentivo agregado. En nuestro nuevo plan de incentivo a largo plazo 2021-2024, aprobado por la Junta General de Accionistas de julio de 2021, se ha aumentado el peso de las métricas de sostenibilidad al 25%.

4.2.2. Contribución al desarrollo sostenible

GRI 103-2 Y 201-2

En Inditex queremos generar valor e impulsar la prosperidad de las comunidades en las que operamos. Por ello, desde la aprobación en 2015 de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, hemos alineado nuestra estrategia con el plan de acción común que propone esta Agenda a través de sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus respectivas 169 metas.



La hoja de ruta que plantean los ODS es común para todos los actores implicados en el desarrollo sostenible —entre los que se incluyen gobiernos, empresas privadas y sociedad civil—, por lo que para nuestra Compañía representa una oportunidad de alinear nuestra contribución al desarrollo sostenible y de maximizar nuestro impacto positivo de manera conjunta con los grupos de interés.

CONTRIBUCIÓN MÁS RELEVANTE DE INDITEX A LOS ODS





Como resultado del ejercicio de alinear nuestra estrategia con los ODS —facilitado por la ya relevante presencia de la sostenibilidad en nuestro modelo de negocio—, hemos identificado aquellos **objetivos** en los que nuestra contribución es más significativa por la naturaleza de nuestro modelo de negocio y nuestra actividad.

Esto no significa que nuestro compromiso y contribución se limiten solo a estos objetivos, sino que engloban a los 17 ODS, con el fin de adaptarse a la multidimensionalidad de los retos que afrontan, ya que están fuertemente interrelacionados entre ellos y, por lo tanto, no se pueden abordar de manera independiente. Solo a través de la consecución de todos los ODS se logrará poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir las desigualdades y luchar contra el cambio climático.

El objetivo 17 destaca por su transversalidad, que subraya la necesidad de colaboración entre los distintos actores de la sociedad para lograr esta agenda común. Por eso, entre las acciones que llevamos a cabo en Inditex para contribuir al desarrollo sostenible, resulta fundamental la colaboración con nuestros grupos de interés en línea con nuestro propósito de aunar fuerzas para crear un impacto positivo en la sociedad y contribuir a la preservación del planeta.

Por otra parte, creemos firmemente que la **transparencia y la rendición de cuentas** son factores fun-

damentales para cumplir los objetivos, por ese motivo incluimos información detallada sobre nuestra contribución a los ODS en este Informe, indicando al inicio de cada capítulo aquellos objetivos sobre los que inciden las acciones reflejadas en ellos. Nuestra contribución a la consecución global de los 17 objetivos y a sus distintas metas se extiende a lo largo de toda la cadena de valor y se lleva a cabo desde todos los ámbitos del negocio: desde la fabricación de los productos hasta las tiendas, incluyendo todos los procesos y las áreas de la Compañía.

Además, incluimos un resumen cuantitativo de los principales indicadores que muestran nuestra contribución a los ODS. Estos indicadores se han seleccionado de acuerdo con la guía *Business Reporting on the SDGs: An Analysis of Goals and Targets*, elaborada por la *Action Platform for Reporting on the Sustainable Development Goals* (organizada conjuntamente por el Pacto Mundial de Naciones Unidas y *Global Reporting Initiative*, GRI) de la que Inditex formó parte desde su inicio y que concluyó su actividad el pasado 2020. Debido a nuestro interés en seguir colaborando para la consecución de los ODS, este año nos unimos al *Business Leadership Forum on the SDGs*, programa promovido por GRI con una duración de dos años cuyo propósito es impulsar la consecución de los ODS mediante la actividad de reporte de las empresas y la colaboración conjunta de diversos grupos de interés.

① Más información en el apartado 6.1.6. *Contribución de Inditex a los ODS. Indicadores destacados* de este Informe.

CONTRIBUCIÓN DE INDITEX A LOS ODS. HITOS DESTACADOS 2021



ODS 3 SALUD Y BIENESTAR

La salud, seguridad y bienestar son una de nuestras prioridades, más aún en este contexto todavía marcado por la presencia de la covid-19. Por ello, contamos con medidas en toda nuestra cadena de valor dirigidas tanto a nuestros empleados como trabajadores de la cadena de suministro. Durante 2021 se ha reforzado el proceso de certificación de nuestras instalaciones bajo el estándar ISO 45001:2018, uno de los más reconocidos en materia de salud, seguridad y bienestar laboral. Además, en el ámbito de la cadena de suministro, hemos promovido la firma del *International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry* junto con otras marcas del sector y sindicatos. Asimismo, a partir de nuestras alianzas con Médicos Sin Fronteras, Medicus Mundi y Every Mother Counts, hemos contribuido a la mejora de la salud y bienestar de más de 6 millones de personas vulnerables en todo el mundo.



ODS 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Desde Inditex fomentamos la generación de entornos de trabajo estimulantes, estables y seguros en los que todas las personas que integran nuestra cadena de valor tengan igualdad de oportunidades y su desarrollo profesional se vea impulsado. En esta línea, cobran gran importancia las iniciativas dirigidas a nuestras personas, pero también nuestra estrategia de Trabajador en el Centro 2019-2022 dirigida a los trabajadores de la cadena de suministro, a través de la cual en 2021 hemos alcanzado a 1.366.420 trabajadores. Colaboramos con diversas organizaciones para impulsar este objetivo, como IndustriALL Global Union, UNI Global Union o la Organización Internacional del Trabajo. En el ámbito de nuestra inversión en la comunidad, fomentamos el empleo de personas en riesgo o situación de exclusión social a través de iniciativas como for&from, SALTA o el programa de empleo con Cáritas.



ODS 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

La sostenibilidad como aspecto integral de nuestro modelo de negocio implica la promoción de prácticas de producción y consumo responsables. Llevamos a cabo numerosas actuaciones de índole social y medioambiental que tienen en cuenta el ciclo de vida completo de nuestros productos. Así, en 2021 hemos continuado impulsando la producción de artículos etiquetados bajo nuestro estándar Join Life -que identifica los artículos que están compuestos por las materias primas más sostenibles y los procesos de producción más respetuosos con el medioambiente - alcanzando un 47% de artículos puestos en el mercado bajo este estándar. En el ámbito de nuestra inversión en la comunidad, desarrollamos proyectos como Moda Re- y alianzas como la iniciada en 2020 con ACNUR, con el objetivo de alargar el ciclo de vida de productos textiles y reducir la generación de residuos.



ODS 13 ACCIÓN POR EL CLIMA

Apoyamos decididamente la lucha contra el cambio climático. En línea con nuestro fuerte compromiso, hemos adelantado nuestro objetivo de Cero Emisiones Netas a 2040 (antes 2050). A ello se le ha sumado nuestra participación en numerosas iniciativas enfocadas en la lucha contra el cambio climático, como Race to Zero, enmarcada dentro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC); la coalición empresarial We Mean Business Coalition; o el llamamiento The Business Call for a UN Treaty on Plastic Pollution. Destaca también nuestra participación en 2021 en la revisión de los objetivos de la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática (FICCA).

OTRAS CONTRIBUCIONES DESTACADAS



ODS 5 IGUALDAD DE GÉNERO

La igualdad de género y el empoderamiento de la mujer forman parte de la esencia de Inditex, con una plantilla constituida por un 76% de mujeres. En este sentido, fomentamos entornos de trabajo diversos e inclusivos donde se garantiza un acceso equitativo a oportunidades de desarrollo laboral y existe paridad salarial entre hombres y mujeres. Por otra parte, en el marco de la estrategia Trabajador en el Centro 2019-2022, desarrollamos numerosas iniciativas de protección y empoderamiento de la mujer en nuestra cadena de suministro. Asimismo, la promoción del empoderamiento femenino es también un pilar fundamental en nuestro programa de inversión en la comunidad, a partir de alianzas con entidades como Every Mother Counts, Water.org o Medicus Mundi.



ODS 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Desde Inditex creemos que las alianzas son un aspecto fundamental para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible y crear un impacto duradero en las comunidades y en la industria. Es por ello que nuestras iniciativas siempre tienen un destacado componente de colaboración, ya sea con organizaciones como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo, IndustriALL Global Union, Médicos sin Fronteras, o también mediante alianzas con la industria como es el caso de Fashion Pact, Make Fashion Circular o ACT (Action, Collaboration, Transformation).

1 FIN DE LA POBREZA



Este año nos hemos sumado a la Alianza País Pobreza Infantil Cero, promovida por el Alto Comisionado contra la Pobreza Infantil (Gobierno de España). A esta iniciativa se añade nuestro trabajo estable en proyectos con distintas organizaciones sin ánimo de lucro como Entreculturas. Como resultado de esta alianza, más de 1,3 millones de personas en situación de vulnerabilidad en 27 países han tenido acceso a más y mejores oportunidades para transformar sus vidas y su entorno.

2 HAMBRE CERO



Durante este año hemos trabajado en estrecha colaboración con entidades como la Federación Española de Bancos de Alimentos (España), La Míe de Pain (Francia) o Entreculturas (Paraguay) en 9 proyectos enfocados a la erradicación del hambre como parte de nuestro programa de inversión en la comunidad.

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



Desde Inditex promovemos el desarrollo profesional de nuestros empleados a través de formaciones y promociones internas. En 2021 el 50% de las vacantes del Grupo se han cubierto de forma interna. También hemos continuado nuestros esfuerzos con ONG que fomentan el acceso a educación primaria y secundaria, como Entreculturas, así como la enseñanza universitaria en colaboración con entidades como Tsinghua University, University of Dhaka o Universidade da Coruña, entre otras.

6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



En 2021 nos hemos comprometido a reducir un 25% el consumo de agua en nuestra cadena de suministro a 2025. También continuamos nuestra colaboración con organizaciones como Water.org para mejorar el acceso a agua potable y saneamiento en varios países. Como resultado, más de 2,3 millones de personas en Bangladesh, India y Camboya han mejorado su acceso a agua y saneamiento.

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



Este año hemos aumentado nuestra ambición, y nos hemos marcado el objetivo del 100% de energía de origen renovable en nuestras instalaciones en 2022. En 2021 hemos conseguido que el 91% del consumo de energía en nuestras instalaciones sea de origen renovable, evitando la emisión de 493.723 toneladas de gases de efecto invernadero.

9 INDUSTRIA INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



A lo largo de 2021, nos hemos embarcado en numerosos proyectos de innovación en diversos ámbitos de nuestra cadena de valor. *Boston Consulting Group* nos ha incluido en su ranking de *Most Innovative Companies 2021*.

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



En 2021 hemos ampliado nuestra colaboración con ACNUR para la ayuda a refugiados. Además, hemos impulsado numerosos programas de inversión en la comunidad para la reducción de las desigualdades, destinando en 2021 un total de 19,9 millones de euros a iniciativas vinculadas al ODS 10.

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



A lo largo del 2021 hemos desarrollado 18 proyectos, en colaboración con organizaciones tales como Teatro Real y Museo Nacional de Arte Reina Sofía (España), Fundação de Serralves (Portugal) o US Green Building Council (Estados Unidos) que contribuyen a este objetivo.

14 VIDA SUBMARINA



Desde este año, Inditex es miembro del Consejo de la iniciativa ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) con la que llevamos tiempo colaborando y cuyo objetivo es alcanzar el vertido cero de sustancias no deseadas en la industria textil. En línea con este objetivo, invertimos en programas destinados a la protección de la vida submarina.

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



En 2021 nos hemos adherido a la coalición LEAF, enfocada a la protección de bosques tropicales. Además, hemos continuado nuestro compromiso con la conservación de los ecosistemas a través de diversos proyectos y el consumo de materias primas de fuentes más sostenibles, que representa ya un 42% sobre el total.

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



En Inditex contamos con un sólido sistema de gobierno coporativo y Compliance, que persigue mostrar nuestro firme compromiso de buen gobierno y sostenibilidad social y medioambiental, y transmitir dicha cultura ética corporativa a todos nuestros grupos de interés.

4.2.3. Derechos humanos

GRI 102-12; 102-13; 103-2; 412-2; 412-3;
AF1; AF7; AF24 Y 407-1

Nuestra **estrategia de Derechos Humanos** está alineada con los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas y se extiende a todas las operaciones del Grupo. Inditex ha unido su trayectoria a la promo-

ción y el respeto de los derechos humanos, pero cabe destacar nuestro recorrido desde 2016, año en el que se aprobó nuestra Política de Derechos Humanos y se estructuró nuestro trabajo en un marco estratégico.



MÁS INFORMACIÓN

sobre nuestras iniciativas en derechos humanos véase el informe Derechos Humanos 2021, disponible en la web corporativa de Inditex.

Recorrido de la estrategia de derechos humanos

2016	Aprobación de la Política de Derechos Humanos
2017	Capacitación del equipo de sostenibilidad social en procesos de debida diligencia
2018	Elaboración de la matriz de impactos en la cadena de suministro
2019	Lanzamiento de la estrategia de sostenibilidad social <i>Trabajador en el Centro 2019-2022</i>
2020	Análisis del impacto en los derechos humanos derivado de la crisis sanitaria
2021	Desarrollo continuo de procesos de debida diligencia en derechos humanos en la cadena de valor

Nuestra estrategia en materia de derechos humanos se estructura en los siguientes tres pilares:

ESTRATEGIA DE DERECHOS HUMANOS DE INDITEX

INTEGRACIÓN DE LA PROMOCIÓN Y DEL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS EN TODA NUESTRA CADENA DE VALOR



Política de Derechos Humanos

Se aprueba en 2016 por el Consejo de Administración.
Se aplica a todo el Grupo.

Debida diligencia

- ✓ Identificación de potenciales impactos derivados de operaciones y relaciones.
- ✓ Priorización de los impactos.
- ✓ Integración de los resultados en los procesos.



Mecanismos de reclamación

Apoyan en la identificación de potenciales impactos y ayudan a reforzar aspectos del proceso de debida diligencia.

Para este informe hemos tomado como referencia el Marco de Reporte RAFI (siglas en inglés de la *Reporting and Assurance Frameworks Initiative*), la primera guía integral para que las empresas reporten sus avances en materia de derechos humanos, desarrollada por la organización *Shift*, centro líder e impulsor de los Principios Rectores sobre Em-

presas y Derechos Humanos. Esta organización, además, coordina y organiza el *Business Learning Program*, un espacio de intercambio de prácticas y aprendizaje sobre la promoción de los derechos humanos entre empresas de diversos sectores en el que también participa Inditex.



Gobernanza del respeto de los derechos humanos

Compromiso político

Inditex aboga por el **respeto de los derechos humanos en todas las operaciones que lleva a cabo**, principio que forma parte de su estrategia de negocio y está integrado en todo el modelo corporativo.

Un claro ejemplo es la Política de Derechos Humanos, aprobada por el Consejo de Administración en 2016, que representa el primer pilar de nuestra estrategia. Esta Política es vinculante para todo el Grupo y los empleados que lo conforman y se hace extensible a toda persona que mantiene una relación con la Compañía. Se basa en la Declaración Universal de Derechos Humanos, así como en los principales convenios de la Organización Internacional del Trabajo y en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, entre otros, y plasma el compromiso de Inditex con los valores que estos marcos representan.

En un ejercicio de priorización, la política además identifica los derechos relacionados más directamente con el modelo de negocio.

Para una integración completa del respeto de los derechos humanos en toda la Compañía, consideramos que **la colaboración y la comunicación son clave**. Cada departamento desarrolla sus acciones concretas en la materia, cohesionadas por la estrategia corporativa de derechos humanos. Esta integración fluye a través de toda la Compañía.

El Consejo de Administración es el órgano responsable de aprobar la política en materia de derechos humanos. El Consejo cuenta con una Comisión de Sostenibilidad, órgano de carácter informativo y consultivo, responsable de fomentar el compromiso con los derechos humanos, entre otras cuestiones.

El Grupo cuenta también con un Consejo Social, órgano colegiado, integrado por personas externas e independientes al Grupo, asesor en materia de derechos humanos, entre otros aspectos relacionados con la sostenibilidad.

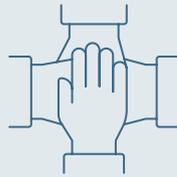
📄 Más información en el apartado 5.9.3. *Buen gobierno corporativo* de este Informe.



MÁS INFORMACIÓN

sobre nuestra Política de Derechos Humanos.

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS



RESPECTO A TODOS LOS DERECHOS UNIVERSALMENTE RECONOCIDOS

PRIORIZACIÓN DE DERECHOS MÁS RELACIONADOS CON EL MODELO DE NEGOCIO

Derechos humanos no laborales

- Respeto a los derechos de las minorías y comunidades.
- Derecho a la privacidad.
- Derecho a la salud.
- Derecho a la libertad de opinión, de información y de expresión.
- Derecho a la seguridad de la persona.
- Contribuir a la lucha contra la corrupción.
- Derecho al medioambiente y al agua.

Derechos humanos laborales

- Prohibición de trabajo forzoso u obligatorio.
- Prohibición de trabajo infantil.
- Prohibición de la discriminación y apuesta por la diversidad.
- Respeto a la libertad de asociación y a la negociación colectiva.
- Protección de la salud y seguridad de los trabajadores.
- Condiciones laborales justas, equitativas y favorables.

Concienciación

La concienciación es la base fundamental para que una cultura de derechos humanos permee en la organización. Esta cultura se traslada tanto internamente a los empleados de la Compañía, como externamente a proveedores y fabricantes y otros grupos de interés. En particular en la cadena de suministro, las formaciones se ven complementadas por nuestro trabajo en prácticas de compra responsable, con la finalidad de alinear a los equipos comerciales en nuestro desempeño en sostenibilidad y en materia de derechos humanos.

Paralelamente al foco de cadena de suministro, tiene mucha relevancia el trabajo que realizamos para cubrir el resto de nuestras actividades y cadena de valor. En los últimos años se han desarrollado formaciones en la materia en áreas de la Empresa como la de distribución, además de impulsarse temas de diversidad e inclusión de manera transversal a toda la cadena de valor.

Definiendo el enfoque

Nuestro enfoque se basa en desarrollar los correspondientes **procesos de debida diligencia** para detectar los potenciales impactos en materia de derechos humanos derivados de nuestra actividad. Gracias a la permanente interacción con nuestros grupos de interés y con los equipos de sostenibilidad que trabajan sobre el terreno, estos procesos se mantienen actualizados de manera permanente. Los procesos de debida diligencia que forman parte de la estrategia de derechos humanos tienen dos focos principales:

Cadena de suministro

Debido a nuestro modelo de negocio, nuestra cadena de suministro es una de las áreas de nuestra cadena de valor identificadas como prioritarias en la que ponemos un especial foco en el fomento y respeto de los derechos humanos de los trabajadores. A partir de un proceso de debida diligencia que se desarrolló con la organización *Shift*, trazamos nuestra estrategia de sostenibilidad social *Trabajador en el Centro 2019-2022*. En el proceso de debida diligencia se identificaron las siete áreas de impacto prioritarias en las que se enmarca la estrategia.

① Más información en el apartado 5.5.2. *Trabajador en el Centro* de este Informe.

Cadena de valor

Paralelamente, desarrollamos diversas actividades para identificar potenciales impactos, prevenirlos y mitigarlos a través de la integración de prácticas responsables de respeto a los derechos humanos. Un ejemplo es el trabajo realizado en el departamento de Distribución. Se realizaron formaciones en derechos humanos a los distintos equipos, trabajando



Nuestro objetivo es integrar prácticas responsables y éticas en todo lo que hacemos, tanto internamente como en nuestras relaciones con terceras partes, para la promoción y el respeto de los derechos humanos de todos nuestros empleados y cualquier persona con la que nos relacionemos al desarrollar nuestra actividad.

conjuntamente en el establecimiento de procesos de debida diligencia. En este sentido, en 2021 hemos llevado a cabo 27 evaluaciones laborales y sociales a centros de distribución.

Otras de las líneas en las que se trabaja es la actualización y seguimiento de los proveedores de todas las operaciones en la cadena de valor, para el análisis de su potencial impacto incluso antes de comenzar sus relaciones con Inditex.

Además, las distintas políticas y procedimientos que rigen las actuaciones del Grupo se encuentran en constante revisión y se alinean con el respeto a los derechos humanos. En 2021, por ejemplo, se han actualizado los procedimientos relativos a la actuación de personal de seguridad y la gestión de cumplimiento en materia de protección de datos personales y privacidad, entre otros.

DERECHOS RELACIONADOS CON LAS ÁREAS DE IMPACTO PRIORITARIAS



Este listado no es exhaustivo. Se han identificado los principales derechos humanos más directamente relacionados con cada una de las áreas de impacto prioritarias.

ÁREAS DE IMPACTO PRIORITARIAS

	 Participación de los trabajadores	 Salarios dignos	 Género, diversidad e inclusión	 Salud y seguridad laboral	 Protección de migrantes y refugiados	 Protección social	 Protección de los derechos laborales en la producción de materias primas
Condiciones de trabajo justas y favorables		✓	✓	✓			✓
No discriminación		✓	✓		✓		
Nivel de vida adecuado		✓	✓			✓	✓
Educación		✓	✓	✓	✓	✓	
Salud		✓	✓	✓		✓	
Vida		✓	✓	✓	✓		
No ser sometido a tratos degradantes			✓				
No sufrir acoso			✓				
Igualdad salarial			✓				
Libertad de movimiento			✓		✓		✓
Libertad y seguridad de la persona			✓				
Participar en la vida pública			✓				
Derechos de las personas con discapacidad			✓				
Derechos reproductivos			✓				
Libertad de asociación	✓			✓	✓		✓
Medioambiente sano							✓
Prohibición de trabajo forzoso					✓		✓
Negociación colectiva	✓	✓					
Derechos colectivos de las comunidades							✓
Protección social						✓	
Libertad de pensamiento, conciencia y religión					✓		✓
Privacidad					✓		✓
Protección contra la violencia					✓		✓
Atención médica					✓		✓
Libertad de opinión y expresión					✓		✓
Propiedad		✓			✓		✓

Gestión de cuestiones destacadas de derechos humanos

La Política de Derechos Humanos se complementa con otros **códigos y políticas del Grupo y con estándares de obligado cumplimiento** tanto para nuestros empleados como para proveedores y otros grupos de interés. Algunas de estas políticas y códigos relevantes son la Política de Sostenibilidad, la Política de Diversidad e Inclusión, el Código de Conducta y Prácticas Responsables o el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.

Colaboración

La comunicación y cooperación con los grupos de interés nutre nuestro proceso de debida diligencia. En este sentido, son fundamentales las relaciones que establecemos con organizaciones internacionales u ONG entre otros expertos en la materia y que nos apoyan en el desarrollo de proyectos específicos, formaciones o en la creación e implementación de nuestras estrategias. Claros ejemplos de ello son nuestras alianzas con la Organización Internacional del Trabajo, con *UNI Global Union*, con *IndustriALL Global Union*, con el Pacto Mundial de Naciones Unidas o con *Shift*.

① Más información en el apartado 4.4.2. *Alianzas de este Informe*.

Mecanismos de reclamación

Los mecanismos de reclamación, tercer pilar de la estrategia de Derechos Humanos, son elementos clave para mejorar el proceso de debida diligencia, ya que con su información facilitan la identificación de potenciales impactos negativos, y permiten a la Compañía reaccionar y mitigar cualquier riesgo anticipadamente. Nuestro principal mecanismo de reclamación es el Canal Ético, que se encuentra a disposición tanto de la plantilla de Inditex como de terceros con interés legítimo.

① Más información en el apartado 5.9.2. *Sistema de Compliance y prevención de riesgos penales de este Informe*.





4.3.

La innovación, vital para poder transformar

La innovación, clave para poder transformar, está en el ADN de Inditex. La mejora constante nace de nuestra vocación por satisfacer al cliente en la totalidad de la relación que mantiene con nosotros. La convergencia de la tecnología y nuestro modelo de innovación abierto, que fomenta la captación de talento y la atracción de ideas, nos permite afianzar el éxito de todas las fases de la experiencia de compra.

4.3.1. Innovación colaborativa y transformadora

GRI 103-2 Y 103-3

La innovación es el eje transversal en torno al cual se alinean todas las acciones de la Compañía. Una innovación colaborativa y transformadora pensada por y para las personas, con la que pretendemos ser cada día **más creativos, ágiles, eficientes, respetuosos y sostenibles** tanto en la relación con nuestros clientes como con nuestro entorno.

Nuestra actividad innovadora tiene la finalidad de **mejorar la experiencia del cliente y reforzar la confianza** que deposita en nosotros cada vez que nos elige. Somos conscientes, sin embargo, de que esta confianza, además de sustentarse en la eficiencia de nuestros procesos y en la calidad de nuestros productos, también lo hace, y cada vez con más fuerza, en intangibles tan importantes como la sostenibilidad, la salud y el cuidado de nuestras personas, de la comunidad y del planeta.

La innovación es esencial para poder lograr una transformación sostenible de la industria. Por ello, nuestro modelo de innovación es **transversal, flexible, colaborativo y abierto** no solo a todas las áreas y personas de la Compañía, sino a toda aquella organización, entidad o persona que tenga una idea diferente o una propuesta disruptiva que contribuya a construir un presente y un futuro mejor y más sostenible.

La capacidad innovadora y transformadora de Inditex se ve reflejada en los múltiples proyectos que el Grupo tiene en marcha, algunos de ellos como continuación de procesos iniciados en años anteriores, otros completamente nuevos. Todas ellas son iniciativas que, de forma transversal, tocan todas las áreas y niveles de la Compañía y todas las fases de la cadena de valor (diseño, fabricación, transporte, logística, distribución, venta, uso de productos, circularidad y fin de vida), cada una de las cuales, suma.

4.3.2. Innovación para mejorar la experiencia de nuestros clientes

GRI 103-2 Y 103-3

Nuestros clientes están en el centro de nuestra actividad innovadora. De la mano de la tecnología y el talento, diseñamos, creamos y conectamos personas, procesos y espacios para lograr su máxima satisfacción cuando nos eligen, independientemente del ca-

HITO 2021

La constante de la innovación a lo largo de nuestra historia ha hecho que Inditex sea considerada una de las 50 compañías más innovadoras del mundo, según el estudio *Most Innovative Companies 2021* de la consultora internacional *Boston Consulting Group*.



nal por el que lo hagan. Con este objetivo, nuestros esfuerzos siempre van encaminados a garantizar tres aspectos: **disponibilidad total** de nuestros artículos, **facilidad y eficiencia** de todos nuestros procesos y servicios, e **integración** real y satisfactoria de nuestros canales de venta.

Para que todo ello sea posible, apostamos por un modelo de innovación flexible, adaptable y dinámico con metodologías y principios tipo agile, que nos permitan maximizar el valor de nuestra innovación en cualquier fase de nuestra actividad. La **evolución tecnológica de nuestros sistemas de gestión de tienda** es un buen ejemplo de ello.

Los nuevos desarrollos que hemos creado en este terreno nos han permitido mejorar la operativa diaria de las tiendas en aspectos tan importantes como la gestión del inventario, la distribución, el transporte, el etiquetado, etc. En este aspecto, soluciones tecnológicas novedosas como las alarmas RFID o el sistema de pago *Pay&Go* se traducen en una experiencia más ágil y eficaz tanto para la tienda como para el cliente, que cada vez exige mayor personalización.

Disponibilidad total

Nuestro objetivo es asegurar que nuestros artículos estén siempre disponibles, donde y cuando el cliente los necesite. Para ello trabajamos constantemente en la redefinición de todos los procesos que integran nuestro modelo de negocio (diseño, fabricación, compras,

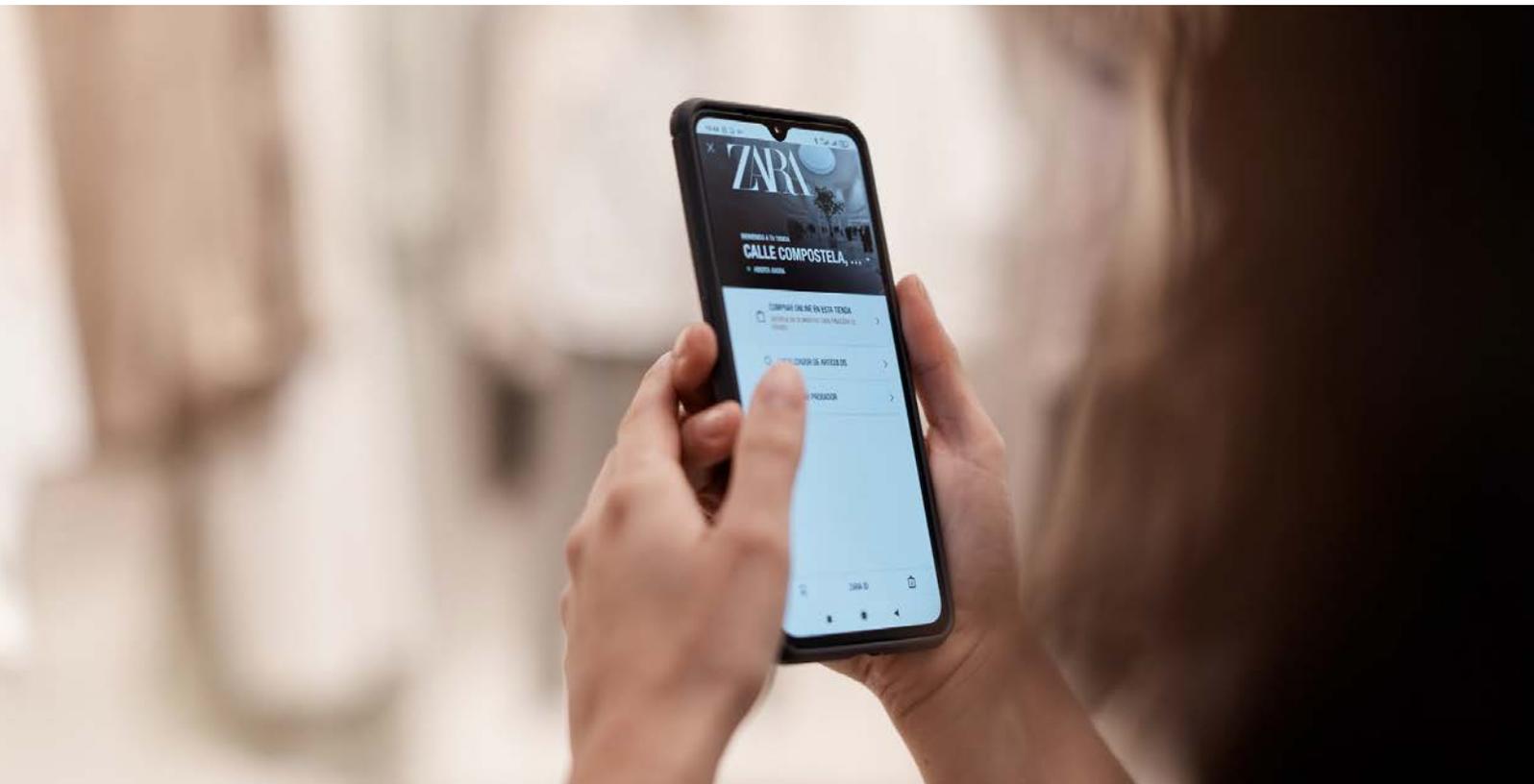
HITO 2021

Massimo Dutti presenta su nuevo servicio *Shop&Go*, que permite a los clientes realizar sus compras en tienda directamente a través del móvil, ofreciendo así al cliente nuevas formas de compra y elevando la experiencia en tienda.

transporte, logística, distribución y venta) con el fin de adaptarlos y evolucionarlos según las necesidades que tanto los clientes como el entorno van demandando.

La **coordinación y la sincronización** de dichos procesos se sustentan sobre herramientas de analítica avanzada y tecnologías punteras como *machine learning* e IoT (internet de las cosas, por sus siglas en inglés), gracias a las cuales podemos identificar las necesidades de nuestros clientes y proponer las acciones necesarias para satisfacerlas, desde el principio de la cadena de distribución hasta la gestión comercial y operativa de la tienda.

Por ejemplo, para que los clientes tengan disponibles los artículos que buscan, hemos desarrollado modelos para identificar en qué tiendas es más probable



encontrarlos. De esta manera podemos estimar el volumen de envíos iniciales requeridos para cada tienda, estimar la curva de la demanda y determinar así el stock necesario para asegurar la disponibilidad. En este sentido, este año la Compañía ha desarrollado un **nuevo modelo de cálculo** de unidades a incluir en el primer envío para optimizar el éxito del envío inicial y evitar roturas de stock.

También se ha desarrollado en colaboración con el MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) un prototipo de modelo de 'coberturas dinámicas' que permiten garantizar el nivel de servicio para el cliente, reduciendo el stock de seguridad necesario en cada tienda.

Respecto a la gestión comercial en tienda, nuestra **herramienta retail** nos permite adecuar la exposición de producto en tienda a la demanda de nuestros clientes, tanto mediante alertas como mediante la utilización de información de artículos y tiendas comparables. Otra aplicación de esta tecnología a nuestro modelo de gestión integrado es el movimiento de unidades, sin demanda en tienda física, pero con alta probabilidad de venta en *online*.

Además de aplicar la última tecnología para la gestión de las tiendas, en 2021 también hemos dado importantes pasos en su aplicación para la gestión de almacenes. En concreto, hemos empezado a desarrollar un **modelo empírico de IoT** para controlar de forma exhaustiva la **logística y distribución de la cadena de suministro**, con foco especial en el proceso de control de gestión de almacenes, vitales para garantizar la disponibilidad de nuestros artículos.

A lo largo de este año, otros dos proyectos han sido clave para garantizar a nuestros clientes la disponibilidad total de nuestros artículos y servicios: **Autonomous Mobile Robots (AMR/AGVs) e Inducción automática a Sorter**.

Con el primero de ellos hemos automatizado el stock de *e-commerce* de Zara.com en el centro de Marchamalo. Mediante el diseño e implantación de una solución GTP (*Goods to Person*) basada en la **tecnología AMR**, 500 robots autónomos colaboran con los operarios en todas las tareas asociadas a la recepción, almacenaje, *picking* y auditorías de stock del centro. Los robots se encargan de mover 13.500 estanterías en las que se almacenan un total de 4,5 millones de unidades. Con absoluta fiabilidad, en cada movimiento acercan a los operarios la estantería seleccionada por el WMS (*Warehouse Management System*), con los artículos necesarios en cada caso. De esta forma, los operarios reducen los recorridos necesarios para efectuar su trabajo, logrando una mayor productividad y una mejora de la calidad y experiencia del puesto de trabajo.

IOP (INDITEX OPEN PLATFORM)

nos permite responder a las necesidades de flexibilidad, rapidez y rendimiento que requiere el Grupo.

Al mismo tiempo, como *early adopters* de cualquier tecnología que pueda contribuir a mejorar la experiencia final de nuestros clientes, hemos puesto en marcha el proyecto **Inducción automática a Sorter**, el primer piloto de la Compañía para la inducción automática de prenda doblada en los clasificadores de paquetería.

Se trata de una tecnología puntera que identifica y selecciona las prendas que posteriormente serán introducidas en el sistema, para lo que ha sido necesario contar con modelos avanzados de inteligencia artificial apoyados en la investigación de algunos de los centros tecnológicos más importantes del mundo.

Integración: todo en un clic

Queremos que la experiencia de compra de nuestros clientes sea fácil y eficiente y, por tanto, satisfactoria de principio a fin. Que el cliente obtenga lo que quiere, cuando lo quiere y donde lo quiere.

En el actual contexto de transformación, marcado por el avance imparable de la tecnología y por las circunstancias socioeconómicas derivadas de la covid-19, la integración del mundo físico y digital ha sido clave para Inditex. Integración que entendemos desde un punto de vista holístico que engloba la estrategia, los procesos, los datos, la estructura y las personas, y que se sustenta en nuestra plataforma tecnológica **Inditex Open Platform (IOP)**.

IOP es una plataforma viva, en constante evolución, que incorpora continuamente nuevas funcionalidades y que nos permite ofrecer una experiencia integrada permitiendo que nuestros clientes puedan realizar su compra como elijan: de forma física, virtual o mezclando ambas con facilidad, transparencia y al alcance de un clic.

Su carácter abierto y modular permite que todas las áreas de la Compañía puedan adaptar sus procesos en tiempo real a las necesidades del cliente y reaccionar ante sus preferencias, contribuyendo así a nuestro objetivo de mejorar al máximo su experiencia. De hecho, IOP nos permite responder a las necesidades de **flexibilidad, rapidez y rendimiento** que requiere el Grupo, mediante la adopción constante de **nuevas tecnologías, prácticas de trabajo y organización**.

Desde el punto de vista tecnológico, destaca su arquitectura de microservicios independientes e interconectados que se pueden integrar con módulos de negocio de última generación y que facilita que las aplicaciones sean más fáciles de escalar y más rápidas de desarrollar.

Cuando se trata de prácticas de trabajo, la interfaz de programación de aplicaciones (API) y la adopción de código abierto e interno mejoran la colaboración entre los equipos de Inditex y permiten una mejor colaboración con terceros, desde grandes organizaciones de *software* hasta individuos con conocimientos únicos de aplicaciones específicas. Además, permiten que ofrezcamos una cultura más amigable para nuestros desarrolladores, dotándoles de mayor conocimiento del valor que aportan a nuestros clientes y consiguiendo una mayor capacidad para atraer talento.

Algunos ejemplos de cómo *Inditex Open Platform* mejora la integración y que pueden ser percibidos directamente por nuestros clientes son las funcionalidades: Modo tienda, *Pay&Go* y *Shop&Go*.

A lo largo del ejercicio, hemos puesto en marcha y perfeccionado numerosos proyectos para ofrecer una experiencia de compra más ágil. Destaca en este sentido, el nuevo servicio *Shop&Go* de Massimo Dutti, que permite a los clientes realizar la compra desde su móvil sin pasar por caja, eligiendo además dónde y cómo recibir sus prendas. Además, también hemos puesto a disposición de nuestros clientes un punto de venta móvil en las tiendas para proporcionar un servicio de compra completo en los lanzamientos de nuevos espacios como *Zara Beauty* o nuevas colecciones como *Zara Origins*.

4.3.3. Tecnología para la eficiencia de nuestras operaciones

GRI 103-2 Y 103-3

Nuestra capacidad de cambio tiene mucho que ver con la tecnología. La **transformación digital** que hemos acometido en los últimos años, con especial intensidad en 2020 y 2021, pese a la pandemia de la covid-19, nos permite desarrollar iniciativas y proyectos que nos sitúan a la vanguardia del sector en aspectos puramente tecnológicos como la integración de canales, la anticipación de la demanda o la gestión de *stock* y también en otros más intangibles como el bienestar de nuestras personas y comunidades y el cuidado del planeta.

Para ello nos servimos de tecnología de última generación: inteligencia artificial, *machine learning*, computación en la nube, *IoT*, *Business Analytics*, etc.

La desarrollamos o moldeamos para que se ajuste a nuestros objetivos de negocio y la ponemos al servicio de nuestros clientes y nuestras personas. La tecnología, de hecho, es el eslabón de la cadena que nos permite cerrar el círculo de innovación colaborativa, es decir, convertir en realidad las ideas que surgen de todas las áreas de la Compañía.

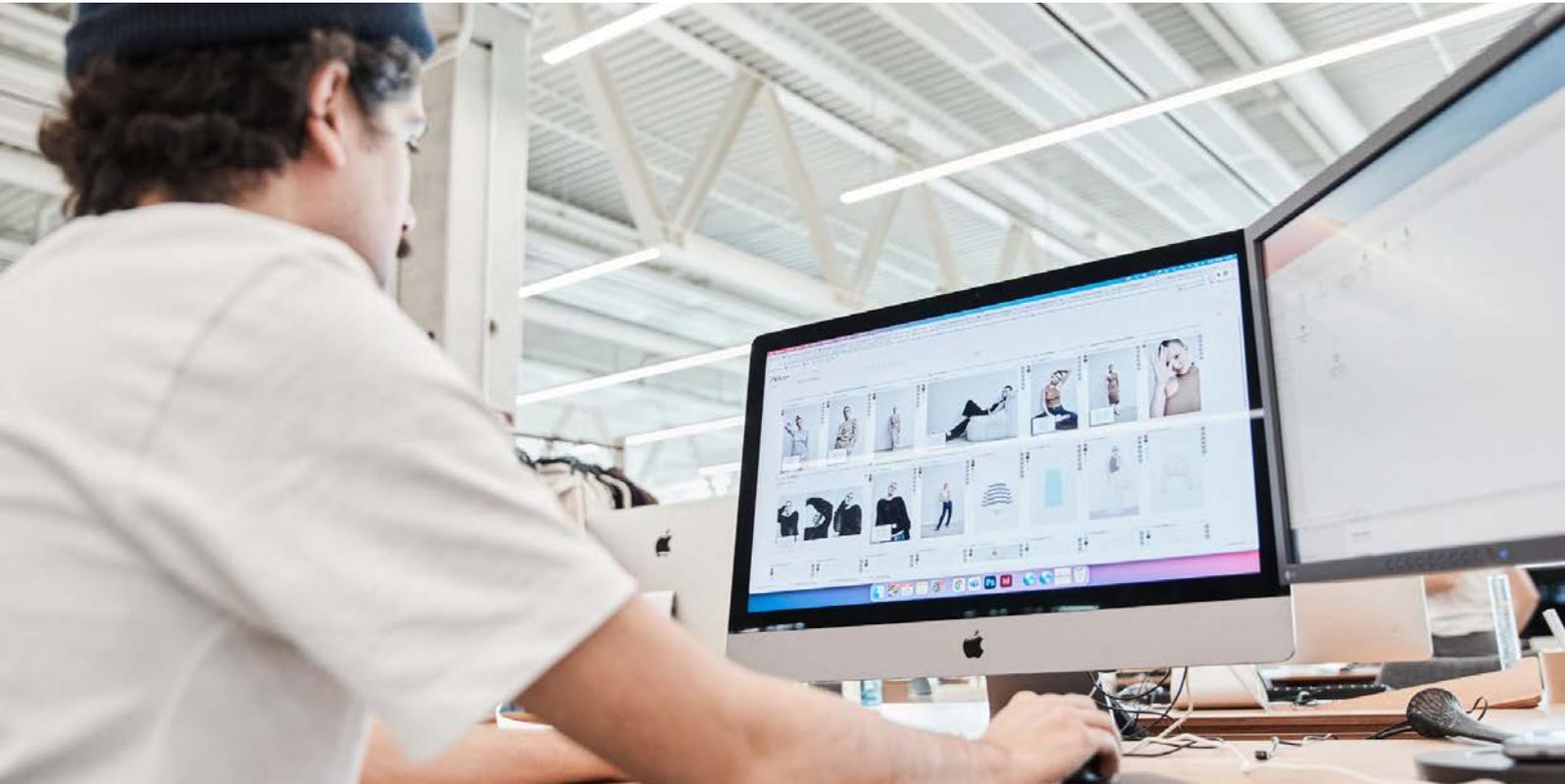
Reflejo de nuestra apuesta constante por la búsqueda de las últimas innovaciones y aplicaciones tecnológicas es el lanzamiento a finales de 2021 de nuestro *Open Innovation Logistics Hub*. Con esta iniciativa perseguimos la creación de un modelo estructurado de innovación abierta en relación a las últimas tecnologías y soluciones innovadoras en el área logística. A través del *Hub* se establecen relaciones con todos los actores del ecosistema - como *startups*, centros de investigación y universidades, emprendedores, compañías tecnológicas e incluso otras empresas - para potenciar la capacidad innovadora de la industria y el desarrollo colaborativo de manera sostenida en el largo plazo.

Flexibilidad, agilidad, escalabilidad, resiliencia, integración, seguridad y aprendizaje son las palabras que mejor definen nuestro día a día tecnológico y dan sentido a nuestro propósito. Los **nuevos desarrollos sobre los sistemas del área de Operaciones** son un ejemplo de ello. Con este proyecto, Inditex ha emprendido en 2021 un proceso de transformación que, a partir de los datos proporcionados por las diferentes herramientas y sistemas que forman el ecosistema tecnológico de la Compañía, mejoran la experiencia tanto de los usuarios desarrolladores de aplicaciones como de los clientes en las tiendas, por ejemplo, creando aplicaciones para controlar el aforo en las tiendas y las colas virtuales para que los clientes no tengan que esperar físicamente o mejorando la eficiencia operativa de los dispositivos de tienda para evitar tiempos de espera.

Pero no solo el área de Operaciones es objeto de nuestros avances tecnológicos. Los **nuevos desarrollos sobre los sistemas de gestión de datos**, consistentes en la transformación tecnológica, evolución y creación de herramientas y sistemas de obtención disruptivos, y gestión y análisis de datos, nos ayudan a tomar decisiones inteligentes basadas en datos actualizados diariamente a nivel global.

En este sentido, nuestro **Centro de Procesamiento de Datos (CPD)** es un referente absoluto de nuestra capacidad de innovar para nosotros mismos, para nuestros clientes y para el medioambiente. La tecnología del nuevo CPD permite, además, que el consumo energético sea menor y la eficiencia energética, por tanto, mayor.

El nuevo CPD extrae el mayor rendimiento y custodia con la máxima seguridad todos los datos que



maneja la Compañía. El edificio dispone de la certificación Uptime TIER IV Diseño y Obra, que garantiza la máxima fiabilidad y disponibilidad, y una infraestructura totalmente tolerante a fallos con sistema eléctrico y de clima por duplicado. Además, dentro de la política de compromiso con el medioambiente que sigue Inditex, el CPD cuenta con tecnología verde con un PUE (*Power Usage Effectiveness*) menor de 1.3 (un 1.0 de valor indicaría una eficiencia del 100%), gracias a la utilización de buenas prácticas y la optimización de la infraestructura.

También con tecnología puntera y sostenible, el **nuevo edificio Zara.com** representa un hito en los ámbitos de la arquitectura y las comunicaciones avanzadas. Con despliegue de cobertura 5G y wifi 6, las comunicaciones son hasta 10 veces más rápidas y fiables que con tecnología LTE (*Long Term Evolution*). Gracias al wifi 6, el alcance y la cobertura son muy elevados y el rendimiento de todos los dispositivos conectados a la red, óptimo.

La automatización es uno de los objetivos de la aplicación de la tecnología. A lo largo de 2021 hemos continuado y lanzado proyectos que mejoran ampliamente nuestros procesos operativos. El **reaprovisionamiento automático de materiales en tienda** es uno de ellos. El nuevo modelo sustituirá las solicitudes que hoy se realizan manualmente en las tiendas por un algoritmo depurado que calculará las necesidades de los materiales recurrentes de la tienda, lo cual permitirá reducir la carga administrativa tanto en tienda como en servicios centrales. A la par, hemos mejorado los procesos de

trazabilidad y recepción de los envíos de material para conocer su ubicación real y hacer el trámite de recepción en tienda más ágil y preciso mediante un proceso de escaneo desde dispositivos móviles.

Buscando la optimización de procesos, hemos desarrollado un completo sistema de **gestión avanzada de instalaciones** que, mediante la integración de nuestras actuales herramientas de gestión de incidencias, mantenimientos de infraestructuras y el uso de *Inergy*, nos facilita la gestión operativa, ad-

HITO 2021

En 2021 inauguramos el nuevo edificio de Zara.com. Las instalaciones, de más de 67.000 m² y con los últimos avances en materia de tecnología y de sostenibilidad, albergan los nuevos estudios de Zara.com y la Central de Diseño de Zara Hombre. El nuevo edificio representa un hito en las comunicaciones avanzadas, ya que cuenta con despliegue de cobertura 5G y wifi 6, consiguiendo comunicaciones hasta 10 veces más rápidas y fiables que con tecnología LTE (*Long Term Evolution*). Gracias al wifi 6, el alcance y la cobertura son muy elevados y el rendimiento de todos los dispositivos conectados a la red, óptimo.



ministrativa y financiera de las instalaciones de las tiendas. De esta manera, la gestión de las incidencias cuenta con un sistema parametrizado de semáforos y automatismos que logrará identificarlas y solucionarlas rápidamente en función de su criticidad proporcionándonos, incluso, la capacidad de anticipar la ocurrencia de una incidencia en determinados activos, es decir, un mantenimiento predictivo.

Nuestra apuesta por la tecnología también abarca la relación con los proveedores, el control de las materias primas y de la energía, e incluso el desarrollo de nuevas herramientas de mensajería y comunicación, como el proyecto **Inline**, para eliminar el uso de teléfonos, *freesets* y *walkies* en tienda.

El esfuerzo constante del Grupo por alcanzar una digitalización plena nos ha llevado a volcarnos además en dos aspectos claramente definidos: mejorar la disponibilidad y accesibilidad a la información, haciendo que ambas sean en tiempo real, y alcanzar una integración cien por cien efectiva de nuestras aplicaciones dotándolas, además, de movilidad.

Con ese eje conductor, a lo largo de este año hemos llevado a cabo la **migración a cloud** de nuestros sistemas de información, pasando de un repositorio disgregado a otro centralizado, mucho más efectivo y en línea con las necesidades de negocio. La migración nos ha permitido además contar con un sistema evolucionado con el que podemos pro-

porcionar a cualquier área de la Compañía los datos que necesite en tiempo real, facilitando así la toma de decisiones. En el nuevo sistema existen más de 100 espacios de trabajo colaborativo en *cloud*.

La disponibilidad de datos en tiempo real también ha hecho posible el lanzamiento de otros dos proyectos: **ONE, para el seguimiento en tiempo real de la venta**, y la **herramienta para la gestión integrada de la tienda**, con el fin de mostrar a las tiendas en tiempo real los indicadores comerciales más importantes para ellas.

4.3.4. Proyectos y herramientas para nuestras personas

GRI 103-2 Y 103-3

La innovación es un valor crucial en Inditex que nos ayuda a reforzar cada día la confianza que tanto los clientes como las personas que trabajan directa o indirectamente en la Compañía depositan en nosotros. La innovación, de hecho, nos permite investigar, desarrollar y materializar infinidad de proyectos con los que, en definitiva, pretendemos mejorar la calidad de vida de **nuestras personas y de las comunidades** que se relacionan con Inditex.

Hacemos hincapié en impulsar valores tan importantes para nosotros como la sostenibilidad, la diversidad, la responsabilidad o la transparencia, valiéndonos para ello del poder de la tecnología y del *know how* de nuestro capital humano.

Nuestras personas

Las personas que trabajan en el Grupo son el elemento clave para lograr poner al servicio del cliente toda nuestra competencia innovadora, pero también para seguir aprendiendo, avanzando y creciendo. Por eso, a lo largo de 2021 hemos desarrollado numerosas iniciativas que tienen que ver con el desarrollo de su potencial y su talento en muy diversos ámbitos. El lanzamiento del **chatbot Inditex Careers** en Instagram es un ejemplo de ello. Este *chatbot* de reclutamiento ayuda a los candidatos a registrarse en nuestras ofertas de empleo y a crear su perfil en

Las personas son el elemento clave para impulsar al máximo nuestra capacidad innovadora.

Inditex Careers de forma sencilla, rápida y amigable.

También relacionado con el reclutamiento, este año hemos dado el paso de **digitalizar las entrevistas** a través de *Team Plays*, entrevistas *online* y extensión *Videoask* a candidatos externos, así como los procesos de **On-boarding y firma de contrato digital**, el primero implementado en España en tienda, y el segundo en España, Países Bajos y Alemania.

En el ámbito de la formación, nuestro compromiso con la digitalización ha hecho posible el lanzamiento internacional de la plataforma de aprendizaje **Train**, un espacio virtual, moderno y ágil al que nuestros equipos de todo el mundo se pueden conectar para acceder a una amplia propuesta de contenidos formativos como, por ejemplo, producto y moda, cultura y valores, seguridad y salud o sostenibilidad, entre otros. Estos contenidos son generados tanto internamente, aprovechando y compartiendo el conocimiento de nuestros equipos, como en colaboración con entidades educativas de referencia.

📌 Más información en el apartado 5.1. Colaboramos con nuestras personas, motor de esa transformación de este Informe.

Además, con el fin de mejorar la ergonomía y la salud de nuestras personas y optimizar su tiempo, hemos implementado un **sistema automático de rotación de tareas logísticas** que, basado en nuestra herramienta de elaboración de horarios *Orquest* y la inteligencia artificial, asigna cambios en las tareas realizadas por los operarios en los centros de distribución.

Bienestar en las sedes

La innovación nos permite mejorar el bienestar en nuestras sedes en un sentido amplio: comodidad, eficiencia, sostenibilidad, arquitectura y salud laboral, entre otras cuestiones, y en todos ellos hemos acometido numerosos proyectos a lo largo del ejercicio 2021. Ejemplo de ello son **las nuevas técnicas constructivas y conceptos arquitectónicos orientados a conseguir la máxima eficiencia ambiental** en edificios y sedes, mejorando al mismo tiempo el confort y, por ende, la calidad de vida de los usuarios.

Del mismo modo, la Compañía ha abordado la investigación de **nuevas soluciones constructivas para el desarrollo de oficinas inteligentes, sostenibles y eficientes**. Partiendo de esa base, hemos llevado a cabo la modernización de la sede central de Bershka aplicando planteamientos completamente innovadores que buscan el confort del empleado y la optimización de su actividad diaria, cumpliendo, al mismo tiempo, unos estrictos requisitos de eficiencia y sostenibilidad. El edificio ha requerido una serie de innovaciones tecnológicas, como el diseño específico de componentes estructurales para que las propiedades acústicas sean de la más

alta calidad, o el diseño de un sistema de iluminación automático de máxima eficiencia energética. Ambos han supuesto un importante avance científico técnico para la Compañía.

Somos comunidad

La innovación social forma parte de nosotros. Nuestro objetivo es desarrollar y aplicar soluciones que satisfagan necesidades sociales de una forma eficiente y sostenible. En este sentido, nuestro programa de inversión en la comunidad se articula en torno a tres puntos: identificación de nuevas necesidades sociales, desarrollo de soluciones que contribuyan a darles respuesta, y evaluación de su eficacia y ampliación de aquellas iniciativas que hayan resultado eficaces.

Nuestro trabajo para la comunidad no sería posible sin la implicación directa de determinados agentes como organizaciones locales e internacionales, gobiernos, sindicatos, instituciones académicas y representantes de la sociedad civil. Por ello, trazamos, con todos y cada uno de ellos, alianzas que nos permiten poner en marcha conjuntamente innovadoras iniciativas en campos tan distintos como la investigación sobre nuevas enfermedades, la mejora en la provisión de agua y saneamiento en países en vías de desarrollo o proyectos de investigación en el ámbito de la educación y la economía social.

El proyecto Zara Tribute representa una iniciativa social alineada con nuestra actividad comercial, basada en el lanzamiento de colecciones de edición limitada vinculadas a causas sociales. La primera colección *Tribute* de Zara, denominada “*Icons by Peter Lindbergh*”, es un proyecto que cuenta con fotografías icónicas del legendario fotógrafo Peter Lindbergh y comisariadas por el director creativo Fabien Baron. El 100% de los ingresos de esta colección se destinan a *Franca Sozzani Fund for Preventive Genomics*, con el objetivo de financiar la iniciativa *Global Babyseq*, proyecto de secuenciación del genoma humano que busca apoyar la investigación y la innovación en medicina predictiva en colaboración con *Brigham and Womens Hospital* y *Harvard Medical School*.

Y en el ámbito médico también se enmarca nuestra alianza con Médicos Sin Fronteras. Invertimos en proyectos de investigación para la respuesta a nuevas enfermedades y el desarrollo de nuevos protocolos de atención médica que contribuyan a la mejora del bienestar comunitario. Durante 2021 han destacado por su innovación proyectos como POCUS (*point-of-care ultrasound*), *Patient Multimedia Engagement toolkit* o el *Mobile Outbreak Lab*, entre otros.

① Más información en el apartado 5.7. *Colaboramos para generar valor en las comunidades* de este Informe.

Por último, en 2021 hemos acometido dos iniciativas de calado para la Compañía relacionadas con las personas de nuestra cadena de suministro y, por ende, con la sostenibilidad social: la formalización del uso de una **herramienta de medición del impacto social para proyectos y**, como consecuencia de ella, la **estandarización de la gestión de proyectos en la cadena de suministro**.

4.3.5. Proyectos para el planeta

GRI 103-2 Y 103-3

Para Inditex es condición *sine qua non* que nuestra innovación repercuta positivamente en el planeta para el presente y para el futuro. Estamos convencidos de que debemos innovar no solo en los aspectos directamente vinculados con nuestra Compañía, sino desde una visión 360 grados orientada al desarrollo de soluciones que nos permitan contribuir a la preservación del planeta para las generaciones futuras.

En este terreno, un aspecto fundamental para nosotros es ser capaces de llevar las soluciones que desarrollamos en pro del medioambiente a toda nuestra cadena de valor, para lo cual, de nuevo, establecemos alianzas estratégicas con nuestros colaboradores.

Nuestras líneas de actuación en términos de innovación para minimizar nuestro impacto sobre el planeta abarcan un amplio abanico de objetivos: reducción de emisiones contaminantes, del consumo de agua, de textiles y de la huella de carbono. Los articulamos en torno a dos ejes: **circularidad y productos seguros y sostenibles**.

Circularidad

La economía circular nos mueve. Buscamos constantemente soluciones y herramientas que nos ayuden a minimizar los impactos negativos de nuestra actividad en todo el ciclo de vida de nuestros productos: fibras, procesos, uso y fin de vida. Para ello contamos con el **Sustainability Innovation Hub**, nuestra plataforma de innovación abierta, un punto de referencia fundamental para afianzar nuestra actitud respetuosa con el planeta. A través de ella, buscamos y desarrollamos de manera constante nuevas materias primas y fibras más sostenibles y, en buena parte de los casos, lo hacemos de forma colaborativa, de la mano de *startups* punteras del sector en muy diversos ámbitos de la producción textil: materias, procesos, fin de vida, microplásticos, trazabilidad, etc. De hecho, algunos de los proyectos más disruptivos surgidos en 2021 han salido del trabajo conjunto con ellas, por ejem-



Nuestra apuesta por la innovación a lo largo de toda la cadena de valor y el ciclo de vida de nuestros productos persigue impulsar y apoyar la consecución de nuestros objetivos de sostenibilidad.

plo, **LanzaTech**, en el ámbito de la investigación de materias primas.

① Más información en el apartado 5.4. *Colaboramos para transformar a través de una gestión sostenible de nuestros productos de este Informe.*

También hemos llegado a diversos acuerdos de los que han salido colaboraciones como la firmada con la aceleradora **Plug and Play** para poder identificar las *startups* que mejor contribuyen a nuestros objetivos principales y organizar el trabajo con ellas; el acuerdo con la plataforma de innovación **Fashion for Good**, en la que trabajamos de forma colaborativa con otros agentes relevantes del mercado de la moda para impulsar la aceleración de proyectos de sostenibilidad en el sector; y la colaboración con **Quantis**

para consolidar su experiencia en análisis de ciclo de vida y poder emplear sus mediciones de impacto con las *startups* con las que trabajamos.

Fabricación segura y sostenible

Fabricar nuestros productos de manera segura y sostenible es una condición irrenunciable para Inditex, seguros tanto para las personas que se encargan de la fabricación de los productos, como para quienes los reciben, nuestros clientes, y sostenibles para el medioambiente. Para lograrlo, la Compañía colabora con empresas tecnológicas y científicas líderes, así como con tecnólogos de referencia internacional, con el fin de entender mejor las características de las sustancias que pueden



estar presentes tanto en los procesos como en los productos químicos empleados en toda la cadena de fabricación y actuar en consecuencia.

Bajo este marco de cooperación, en 2021 se han iniciado colaboraciones industriales con empresas líderes del sector que han permitido acelerar la incorporación de soluciones disruptivas. En concreto, se han desarrollado alianzas globales de investigación en ciencia con **BASF** y en tecnología con **EPSON**, fundamentadas en ambos casos en su compromiso con la sostenibilidad, el liderazgo, el conocimiento multisectorial y su capacidad de I+D.

BASF-Inditex. El entendimiento y establecimiento de sinergias entre ambas compañías nos ha permitido trabajar juntos en una **tecnología sostenible de lavado doméstico** orientada a la mitigación de microfibras; la obtención de **soluciones sostenibles en los procesos húmedos** (tintura y estampación); la exploración conjunta de **materiales y fibras sostenibles**, alternativas a las existentes; y el diseño de una agenda de I+D conjunta en tecnologías de reci-

clado mecánico, químico y biológico como solución de referencia en la industria.

① Más información en el apartado 5.4.5. *Uso y fin de vida de los productos de este Informe.*

EPSON-Inditex. A lo largo de 2021, el acuerdo con esta multinacional nos ha permitido la elaboración y validación conjunta, a modo de prueba de concepto, de las bases tecnológicas y científicas necesarias para el diseño y desarrollo de la agenda de I+D e innovación en tecnologías de digitalización de procesos húmedos como solución referencial en la industria.

En el marco de la seguridad química, la Compañía, junto con la *Universitat Pompeu Fabra* y la Universidad de Santiago, han puesto en marcha una acción colectiva con el objetivo de desarrollar métodos y herramientas computacionales para caracterizar la seguridad química de los compuestos empleados en la industria textil y del cuero. Se trata de un proyecto sumamente innovador ya que, por primera vez, se ha construido una base de datos para facilitar el acceso a toda la información disponible en esta materia.



4.3.6. Información segura, privacidad a salvo

GRI 103-2 Y 103-3

En el actual marco de transformación digital, en el que los cambios se suceden de forma rápida y constante, la información se ha convertido en el combustible que hace funcionar la maquinaria de cualquier industria. Conscientes de su importancia y del papel preminente que juega la salvaguarda de su seguridad, en Inditex apostamos por la mejora continua de nuestro modelo de gestión de seguridad y realizamos inversiones para disponer de las tecnologías y controles más punteros que nos permitan mantener nuestros datos y los de nuestros clientes a salvo.

Con ese objetivo, a lo largo de 2021 hemos reforzado los planes, sistemas y controles del trabajo en remoto y los riesgos asociados a ello, derivados de la pandemia mundial provocada por la covid-19 y, además, hemos finalizado el plan estratégico *Next Generation Cybersecurity* con el fin de optimizar el nivel de madurez de nuestro programa de **Seguridad de la Información** y, al mismo tiempo, identificar necesidades y retos de la Compañía para los próximos años.

Respecto al importante incremento de los ciberataques en el mundo, sin impacto en nuestra Compañía, se han definido nuevos grupos de trabajo que, bajo supervisión del Comité de Seguridad de la Información, continúan diseñando e implantando nuevas iniciativas como el programa **Supply Chain- Third party risk management**, centrado en el impacto de la ciberseguridad en la cadena de suministro.

Mejorar la seguridad y la salud de nuestros productos también es el objetivo de otros tres proyectos lanzados en 2021 fruto de nuestro I+D+i: la **nueva actualización de nuestro estándar CTW (Clear To Wear)**, para lo cual se han evaluado más de 1.800 sustancias con especial atención a sus consecuencias medioambientales y para la salud humana; la puesta en marcha de una guía de **buenas prácticas de fabricación para productos en contacto con alimentos**, con el fin de garantizar que cualquier producto u objeto destinado a entrar en contacto, directa o indirectamente, con alimentos, sea lo suficientemente seguro para evitar que se transfieran sustancias nocivas que puedan suponer un peligro para la salud humana; y, por último, la creación, junto con la Universidad de Lleida, de un **método para la detección de perfluorocarbonos (PFC)** volátiles en textil y producto químico con el fin de alcanzar los límites más estrictos.

① Más información en el apartado 5.4.4. *Salud y seguridad de nuestros productos* de este Informe.

De hecho, el aumento de incidentes de ciberseguridad a nivel mundial sobre las cadenas de suministro ha puesto de manifiesto la necesidad de establecer controles sobre la misma. En esta línea, Inditex ha reforzado sus programas de control, incluyendo una revisión específica de la forma de acceder, operar y gestionar la información de Inditex de nuestros proveedores. Conocedores, además, de que el factor humano es uno de los eslabones más débiles en lo que a seguridad de la información se refiere, hemos llevado a cabo distintas acciones en materia de formación y capacitación con el objetivo de evaluar su desempeño en materia de seguridad.

Por otro lado, el cambio del modelo tradicional de tecnología *on premises* al nuevo enfoque de la nube ha requerido también nuevos planteamientos para garantizar la máxima seguridad de la información y, al mismo tiempo, la mejor experiencia de usuario, precisamente los dos pilares en los que se sustenta nuestro programa **Zero Trust-Road to passwordless**, que abre el camino a la conexión *passwordless* (sin contraseña) a los servicios.

4.4.

La colaboración, esencia de la transformación

En Inditex, diseñamos diversas estrategias que pasan por el diálogo permanente y la transparencia con nuestros grupos de interés, ya que consideramos que una colaboración constante resulta crucial a la hora de construir y conseguir nuestros objetivos comunes y colaborar en la transformación del sector.

4.4.1. Relación con los grupos de interés

GRI 102-21; 102-33; 102-40; 102-42; 102-43; 103-2 Y 103-3

En Inditex apostamos por la generación de un **impacto positivo** y por la **creación de valor de forma sostenible** para nuestros grupos de interés, así como para la sociedad en su conjunto. Por eso, creemos que la colaboración con ellos es clave, tanto para avanzar en la senda que nos hemos fijado a través de nuestra Hoja de Ruta de Sostenibilidad como para impulsar de manera decidida la transformación sostenible de nuestro sector.

Somos conscientes de que mantener un **diálogo continuo, escuchar y atender las demandas y necesidades de nuestros grupos de interés** y aunar fuerzas con ellos es clave para avanzar en objetivos comunes y compartidos. La circularidad, la preservación del planeta y sus recursos, o la promoción de los derechos humanos y laborales son algunos de estos objetivos comunes y compartidos que persiguen la transformación necesaria para que en un futuro la sostenibilidad sea una máxima presente y plenamente integrada en todos los ámbitos de la sociedad.

Los principios que rigen la relación con nuestros grupos de interés son la transparencia y el diálogo permanente, palancas necesarias para fomentar una colaboración conjunta en la senda hacia el desarrollo sostenible.

Cómo y con quién colaboramos

Consideramos grupos de interés a aquellos colectivos o entidades que pueden estar relacionados con nuestro Grupo a lo largo de nuestra cadena de valor y en el entorno en el que desarrollamos nuestra actividad y que, al mismo tiempo, tienen la capacidad de influir en Inditex con sus decisiones y opiniones. A partir de nuestro modelo de negocio —y su relación con él—, clasificamos a nuestros grupos de interés en: **clientes, empleados, proveedores, accionistas, la comunidad en su conjunto y el medioambiente** (representado por diversas entidades de índole medioambiental).

Los principios que rigen la relación con todos nuestros grupos de interés son la **transparencia y el diálogo permanente**, como se declara en nuestra Política de Sostenibilidad. Estos principios comunes se materializan en estrategias, objetivos y canales de comunicación y diálogo concretos, que están en constante revisión y actualización. Así, contamos con políticas que definen los principios de la relación con cada grupo de interés, como puede ser nuestro Código de Conducta y Prácticas Responsables, nuestro Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores o la Política de Derechos Humanos, entre otras.

COLABORACIÓN PARA UNA TRANSFORMACIÓN SOSTENIBLE



DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE RELACIÓN 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.



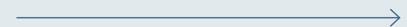
Priorización



Clasificación y determinación de cuáles 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 posibles 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 GRUPOS DE INTERÉS DE INDITEX

EJEMPLOS DE GRUPOS DE INTERÉS

Empleados

Toda persona que trabaje en Inditex ya sea en las tiendas, oficinas o centros logísticos.



Empleados de tiendas
Empleados de oficinas
Empleados de centros logísticos
Representantes sindicales

Clientes

Cualquier persona que adquiera algún producto comercializado por las distintas marcas del Grupo Inditex.



Cliente de tienda física
Cliente de tienda *online*
Cliente potencial

Proveedores

Empresas que forman parte de la cadena de suministro de Inditex así como sus respectivos empleados.



Proveedores directos
Fabricantes
Trabajadores
Organizaciones sindicales
Organizaciones internacionales

Comunidad

Todas aquellas personas o entidades que forman parte del entorno en el que Inditex desarrolla su actividad.



ONG
Gobiernos y administraciones públicas
Instituciones académicas
Sociedad civil
Medios de comunicación

Medioambiente

Conjunto de elementos naturales presentes en el entorno en el que Inditex desarrolla su modelo de negocio.



Organizaciones de defensa del medioambiente
Gobiernos

Accionistas

Cualquier persona o entidad que posee acciones del Grupo Inditex.



Inversores institucionales
Inversores particulares

HERRAMIENTAS DE RELACIÓN Y DIÁLOGO

● Diálogo constante ● Bianual ● Anual ● Bajo demanda

COMUNES



Comisión de Sostenibilidad



Análisis de Materialidad



Consejo Social



Alianzas Estratégicas



Página Web Corporativa



Informe Integrado

ESPECÍFICAS

- 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

NUESTROS COMPROMISOS

COMUNES



ESPECÍFICOS

- ✓ Respeto a los Derechos Humanos y laborales
- ✓ Trato justo y digno
- ✓ Respeto a la privacidad y protección de datos personales
- ✓ Compromiso con la seguridad de la información

- ✓ Comunicación clara y transparente
- ✓ Integración en todo el modelo de negocio
- ✓ Diseño y fabricación responsable
- ✓ Respeto a la privacidad y protección de datos personales
- ✓ Compromiso con la seguridad de la información

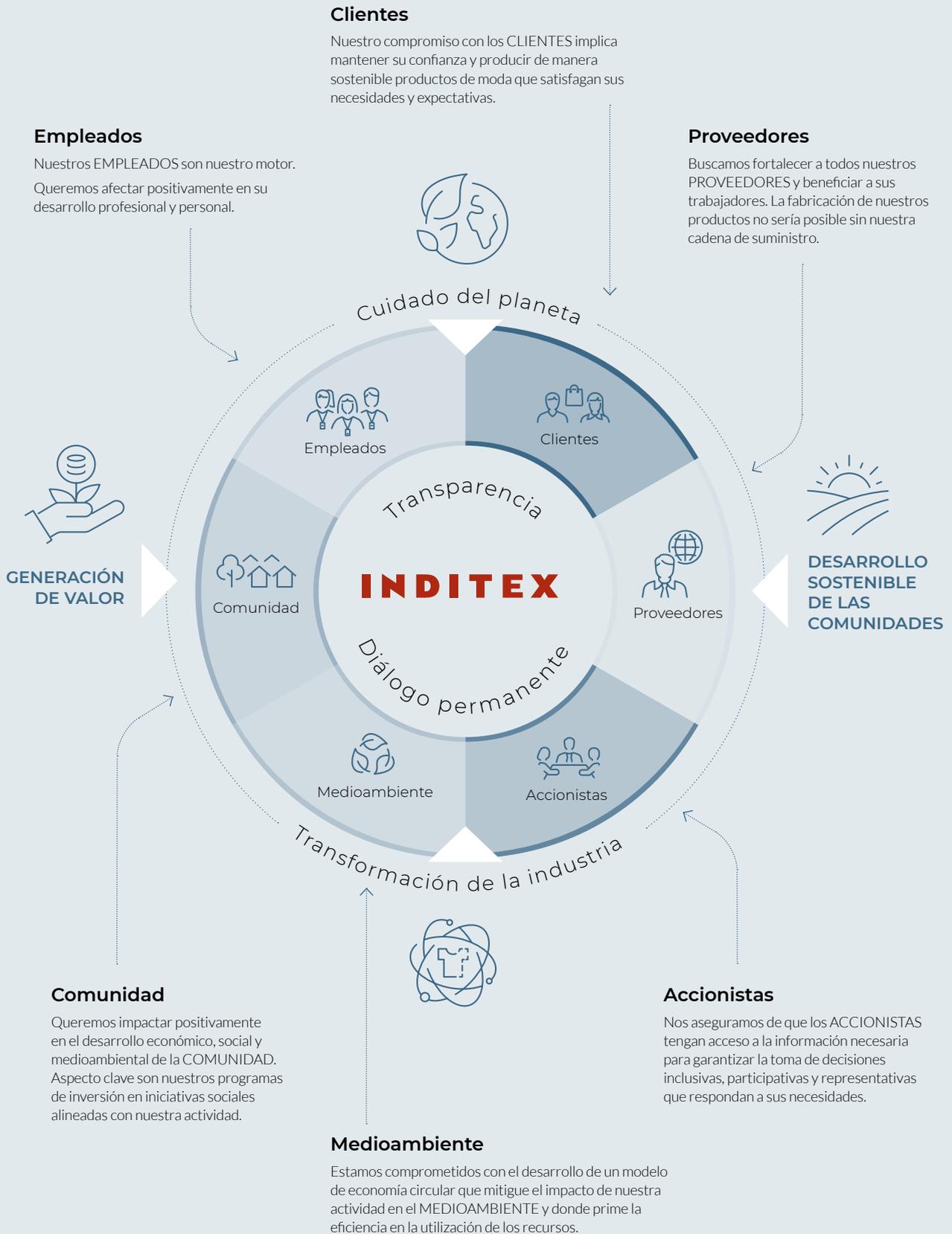
- ✓ Fomento y protección de los Derechos Humanos y laborales fundamentales y de los estándares internacionales
- ✓ Promoción de entornos productivos sostenibles
- ✓ Respeto a la privacidad y protección de datos personales en la prestación de servicios

- ✓ Contribución al desarrollo social y económico
- ✓ Compromiso con la mejora del bienestar global

- ✓ Respeto al medioambiente
- ✓ Conservación de la biodiversidad
- ✓ Gestión sostenible de los recursos
- ✓ Lucha contra el cambio climático

- ✓ Interés social e interés común de todos los accionistas
- ✓ Fomento de la participación informada

GENERACIÓN DE VALOR PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS





Herramientas de colaboración destacadas

Desde 2019 contamos con una **Comisión de Sostenibilidad**, como comisión delegada del Consejo de Administración, entre cuyas responsabilidades se encuentra la supervisión de las relaciones con los grupos de interés en el ámbito de la sostenibilidad. Asimismo, desde 2002 existe un Consejo Social como órgano asesor en materia de sostenibilidad formado por externos independientes, que tiene entre sus atribuciones formalizar e institucionalizar el diálogo con los interlocutores clave en la sociedad civil.

📄 Más información en el apartado 4.2.1. *Nuestra visión de la sostenibilidad de este Informe.*

Establecemos diversas **alianzas estratégicas** de colaboración con grupos de interés 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 nuestra Hoja de Ruta de Sostenibilidad.

📄 Más información en el apartado 4.4.2. *Alianzas de este Informe.*

Con el objetivo de identificar y dar respuesta a aquellos asuntos que son más relevantes para nuestros grupos de interés, anualmente realizamos un **análisis de materialidad** que involucra tanto a grupos de interés internos como externos. El resultado de este análisis supone una fuente de información muy valiosa, pues no solo nos permite conocer sus necesidades y expectativas, sino que a su vez sirve como guía en la definición de las prioridades para avanzar en la creación de valor económico, social y medioambiental.

📄 Más información en el apartado 4.4.3. *Análisis de materialidad de este Informe.*

4.4.2. Alianzas

GRI 103-12 Y 103-13

En Inditex mantenemos una relación de **cooperación estrecha, multidireccional y constante** con distintas organizaciones e instituciones, tanto de ámbito local como internacional. Establecer alianzas basadas en el trabajo conjunto es fundamental para nosotros, ya que somos conscientes de que solo aunando fuerzas con los actores clave podemos avanzar hacia la transformación sostenible de nuestro sector en particular, y de la sociedad y el planeta en general.

Así, mantenemos alianzas con gobiernos, sindicatos, instituciones académicas, organizaciones locales e internacionales y representantes de la sociedad civil, entre otros, para avanzar en el desarrollo sostenible. También colaboramos con otras empresas de nuestro sector a través de distintas plataformas y alianzas, ya que los retos y oportunidades a los que nos enfrentamos son comunes y requieren de la colaboración de todos los actores. De este modo, maximizamos nuestra contribución a los ODS y avanzamos en la creación de valor económico, social y medioambiental.

Colaboramos con distintas organizaciones para avanzar hacia la transformación sostenible de nuestro sector en particular, y de la sociedad y del planeta en general.

Alianzas

IMPACTO POSITIVO EN LAS PERSONAS DE NUESTRA CADENA DE VALOR Y EN LA COMUNIDAD



PROTECCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE Y LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO



ALIANZAS TRANSVERSALES CON IMPACTO SOCIAL, MEDIOAMBIENTAL Y DE BUEN GOBIERNO







ACCELERATING CIRCULARITY

Proyecto colaborativo de la industria de la confección en el que se aúnan esfuerzos de distintos operadores, de ámbitos que van desde la recogida de residuos, el reciclaje, la producción de fibra o la distribución textil, para impulsar la circularidad. Con el apoyo de *Textile Exchange*, *Euratex*, *Wrap*, *Circle Economy*, *Fashion for Good*, *ReFashion* o *Apparel Impact Institute* entre otros, Inditex es socio fundador y miembro del *Steering Committee* de la iniciativa en Europa, junto con otros miembros representantes fabricantes de fibra, y expertos en residuos textiles y cadenas de suministro, así como marcas y minoristas. También somos miembros integrantes del *Brand & Retailer Working Group* de la iniciativa en Estados Unidos.



ALTO COMISIONADO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LOS REFUGIADOS (ACNUR)

Inditex y ACNUR colaboran desde 2020 con el objetivo común de satisfacer las necesidades de ropa de las personas refugiadas y desplazados internos. A través de esta alianza estratégica, Inditex, en colaboración con sus proveedores, 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. En virtud de esta alianza, Inditex ha proporcionado más de tres millones de artículos de sus colecciones a personas refugiadas y desplazados internos.



ACT (ACTION, COLLABORATION, TRANSFORMATION)

Iniciativa de colaboración entre marcas de distribución, proveedores y sindicatos para transformar la industria textil y conseguir salarios dignos en el sector, a través de la negociación colectiva y unas prácticas de compra responsable. La participación de Inditex en ACT y en sus grupos de trabajo es muy activa desde su creación en 2015.



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 pre-ocupación en la salud y el medioambiente.



ALIANZA PAÍS POR LA POBREZA INFANTIL CERO

Iniciativa promovida por el Alto Comisionado contra la Pobreza Infantil (Gobierno de España) con el propósito de 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.



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.



ARBORUS

Inditex colabora con el Fondo de Dotación Arborus (*Arborus Endowment Fund*), creado por la asociación *Arborus* y grandes empresas internacionales, con el apoyo del Consejo Económico y Social Europeo. Su acción está dirigida a la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres en el mundo, en particular a través de la difusión de un estándar europeo y global: el sello europeo e internacional GEEIS (*Gender Equality European and International Standard*), que es una herramienta que promueve el fomento de la diversidad y la inclusión en las empresas y con el que Inditex ha certificado varias de sus filiales.



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.



BETTER COTTON

Desde Inditex colaboramos como miembros de la iniciativa *Better Cotton*, que desarrolla y fomenta buenas prácticas en el cultivo tradicional del algodón para beneficio de los productores, del medioambiente y para asegurar el futuro del sector.



BETTER THAN CASH ALLIANCE

Alianza de gobiernos, empresas y diversas organizaciones internacionales, promovida por Naciones Unidas, cuyo objetivo es fomentar 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.



BSR (BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY)

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 o proyectos sobre el impacto social de la transición a la economía circular.



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.



BUSINESS FOR SOCIETAL IMPACT (B4SI)

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 150 empresas.



CANOPY PLANET INITIATIVE

Como fundadores de la iniciativa Canopy Style, colaboramos con la organización Canopy Planet 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).



CÁRITAS

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 Moda Re- o el programa de fomento al empleo en España.



CARTA DE LA INDUSTRIA DE LA MODA PARA LA ACCIÓN CLIMÁTICA (UNFCCC)

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.

CEOE Empresas Españolas

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES (CEOE)

Colaboramos activamente con CEOE, que es el principal interlocutor de las empresas en España ante el Gobierno e instituciones internacionales. Desde Inditex, formamos parte de varios grupos de trabajo vinculados a los distintos aspectos ligados a la sostenibilidad y la circularidad.



CEO WATER MANDATE

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.



CIQ SHANGHAI

Participamos en el Programa *Pre-Testing* 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.



CLEAN CARGO WORKING GROUP

En 2020 nos adherimos 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).



COTTON CAMPAIGN

Cotton Campaign 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.

COVID-19: ACTION IN THE GLOBAL GARMENT INDUSTRY

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 *IndustriALL 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.



COZEV (CARGO OWNERS FOR ZERO EMISSION VESSELS)

CoZEV es una iniciativa liderada por el *Aspen Institute* como parte de su programa *Shipping Decarbonization Initiative* (SDI). Esta iniciativa ha reunido a varios shippers para acelerar la transición hacia buques con emisiones cero y establecer un compromiso de usar únicamente este tipo de transportes de cara a 2040.



CRUZ ROJA

Colaboramos desde 2004 con Cruz Roja en diversos programas de ayuda humanitaria relacionados con catástrofes naturales y situaciones análogas. A lo largo de los últimos 17 años hemos cooperado en situaciones de emergencia en países como India, China, Japón, México, Australia, Italia o España, entre otros. Asimismo, colaboramos con Cruz Roja de forma estable a través de programas como SALTA o *Closing the Loop*.



ELLEN MACARTHUR FOUNDATION

Tras 10 años desde la creación de la *Ellen MacArthur Foundation*, Inditex ha reforzado su colaboración con la organización, convirtiéndose en *Partner* de la misma.

Este año hemos renovado nuestra participación como miembro del *Advisory Board* de su iniciativa *Make Fashion Circular*.

Además, ampliamos nuestra ambición en materia de reducción de plásticos, con la firma de un nuevo compromiso con el *New Plastics Economy* impulsado por la *Ellen MacArthur Foundation* en colaboración con *United Nations Environment* a 2025. 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.

Esta año también hemos firmado un manifiesto con la *Ellen MacArthur Foundation* ahondando en el *The Business Call for a UN Treaty on Plastic Pollution*, con la solicitud a los gobiernos de que el nuevo tratado sobre contaminación del plástico contemple medidas e instrumentos que afecten a todo el ciclo de vida de los plásticos, sin limitarse únicamente a abordar los retos asociados a su gestión como residuo.



ENTRECULTURAS

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 20 años diversos programas educativos que han beneficiado directamente a más de 1,3 millones de personas vulnerables en África, América y Asia.



ETHICAL TRADING INITIATIVE (ETI)

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 *Ethical Trading Initiative* desde 2005 y participa activamente de sus actividades y programas en distintos países.



EUROCOMMERCE

Trabajamos activamente con *EuroCommerce*, el mayor órgano representativo del sector *retail* en Europa, con 6 millones de empresas minoristas y mayoristas de distintos sectores.

Somos también miembros de su comité de medioambiente y miembros fundadores de su órgano representativo, TEFRI, formado por empresas del sector textil.



EUROPEAN NETWORK AGAINST RACISM

Inditex comparte con la Fundación ENAR (Red Pa-neuropea Contra el Racismo, que trabaja en defensa de la igualdad racial) una visión de la sociedad

donde exista plena igualdad, solidaridad y bienestar para todos y se combata la discriminación contra las personas por su color de piel, religión, cultura, nacionalidad u origen. En 2021, ENAR ha otorgado el Certificado de Gestión de la Diversidad Holística a la red de 34 *Champions de Diversidad* de Inditex en Europa, desarrollado en colaboración con expertos en la gestión de D&I.



EVERY MOTHER COUNTS

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 *Every Mother Counts*, iniciada en 2015, se han desarrollado, entre otros, diversos proyectos de salud maternal en países como Bangladés y Estados Unidos.



FASHION FOR GOOD

Fashion for Good es una aceleradora global de innovación especializada en el sector textil. A través de esta plataforma, las marcas, productores, proveedores, organizaciones sin ánimo de lucro e innovadores trabajamos juntos para escalar soluciones sostenibles.

Desde Inditex participamos en un estudio sobre la tipología real de residuos textiles posconsumo en función de sus características y composiciones. El objetivo es diagnosticar las capacidades de clasificación del residuo textil a nivel europeo.



THE FASHION PACT

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.



FORO SOCIAL DE LA MODA

Nace en 2018 como una iniciativa conjunta de organizaciones del tercer sector, sindicatos locales afiliados a *IndustriALL Global Union* (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.



FUR FREE ALLIANCE

Fur Free Alliance es 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 *Fur Free Retailer Program* de la *Fur Free Alliance*.



GLOBAL FASHION AGENDA (GFA)

Desde la Compañía seguimos trabajando en mejorar y dar continuidad a los compromisos en materia de circularidad comprometidos con la GFA y conseguidos en 2020. El 100% de nuestras tiendas siguen ofreciendo el programa de recogida de prendas usadas, continuamos formando a nuestros equipos de diseño en circularidad y hemos acelerado nuestra actividad para escalar el reciclaje *textile to textile*.

Además, Inditex participa como socio fundador, con sus marcas Pull&Bear y Bershka, en el proyecto *Circular Fashion Partnership*, que apoya el desarrollo de la industria del reciclaje en Bangladés.



INDUSTRIALL GLOBAL UNION

Federación Internacional de sindicatos que representa a más de 50 millones de trabajadores del sector industrial afiliados a más 600 sindicatos en 140 países. La colaboración con *IndustriALL Global Union* 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 del respeto de los derechos de libertad de asociación y negociación colectiva. En este sentido, ambas organizaciones acordamos trabajar juntas para garantizar una aplicación más efectiva de las Normas Internacionales del Trabajo.



INTERNATIONAL ACCORD

Es el acuerdo firmado en 2021 entre marcas y sindicatos internacionales, con organizaciones no gubernamentales como testigos para su cumplimiento, con el compromiso de continuar y expandir los esfuerzos para una industria textil segura y saludable, iniciados en Bangladés en 2013. El *International Accord* reconoce al *RMG Sustainability Council* (RSC) como la organización independiente que continúa estos esfuerzos en Bangladés. Inditex es miembro firmante original y forma parte del Comité de Dirección.



INSTITUTO DE ASUNTOS PÚBLICOS Y MEDIOAMBIENTALES DE CHINA (IPE)

Mantenemos una 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.



LBG (LONDON BENCHMARKING GROUP) ESPAÑA

Metodología para la medición de la acción social empresarial. Inditex es miembro del grupo LBG España, compuesto actualmente de 19 empresas.

The LEAF Coalition

Lowering Emissions by Accelerating Forest Finance

LEAF COALITION

Este año nos hemos adherido a la coalición LEAF, la cual, coordinada por *Emergent* y aunando participación pública y privada, pone el foco en la protección de los bosques tropicales frente a las prácticas de deforestación y en apoyo al desarrollo sostenible de los países donde se encuentran.



MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (MIT)

En el marco de nuestro Programa *Closing the Loop*, colaboramos con el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) en la iniciativa MIT-MISTI (*International Science and Technology Initiatives*) con el fin de investigar el desarrollo de procesos de reciclaje o creación de fibras textiles mediante nuevos métodos no contaminantes, o a partir de residuos, o cualquier otra iniciativa sostenible relacionada con la economía circular en la industria textil.



Contamos con la Cátedra *Inditex Materials Science and Engineering Fellowship Fund* con el *MIT Department of Materials Science and Engineering*. Esta cátedra vitalicia se centra en promover la investigación en materia de sostenibilidad.



MEDICUS MUNDI

ONG internacional fundada en 1963 con la que colaboramos desde 2015 con el objetivo común de promover el derecho a la salud. A través de esta alianza, contribuimos a la mejora de la situación socio-sanitaria de las trabajadoras y trabajadores del sector de la confección en Marruecos.



MÉDICOS SIN FRONTERAS

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 seis millones de personas.



MIT CLIMATE AND SUSTAINABILITY CONSORTIUM

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 aúna 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.



NAACP LEGAL DEFENSE AND EDUCATIONAL FUND

NAACP *Legal Defense and Educational Fund* es la principal organización legal de Estados Unidos en defensa de justicia racial. Inditex colabora con esta organización financiando proyectos fundamentalmente en el área de la educación y que persiguen mejorar al acceso educativo a estudiantes afroamericanos, alcanzar cambios estructurales en la sociedad para eliminar las disparidades y lograr la igualdad racial. NAACP LDF trabaja por los derechos civiles y por la mejora la calidad en la educación.



OPEN FOR BUSINESS

Coalición que reúne a compañías globales de referencia que abogan por la inclusión y los derechos del Colectivo LGBTQ+ (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 LGBTQ+ son más dinámicas, más productivas e innovadoras.



OPEN TO ALL

Inditex forma parte de las compañías que apoyan *Open to All*, una campaña liderada por empresas del sector del *retail* en Estados Unidos que lucha contra la discriminación y promueve que todas las personas que entran en nuestros establecimientos sean bienvenidas independientemente de su raza, etnia, origen, género, orientación sexual, identidad y expresión de género, religión o discapacidad.

Esta coalición une a empresas con más de 200 organizaciones sin fines de lucro.



ORGANIC COTTON ACCELERATOR (OCA) FOUNDATION

Somos miembros fundacionales y del comité inversor del *Organic Cotton Accelerator* (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.



ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT)

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales.

Mantenemos una estrecha colaboración en distintos ámbitos como por ejemplo, a través de nuestra colaboración con el programa *Better Work*, el programa *SCORE*, el *Workplace Adaptation Program* o la iniciativa *Covid-19: Call to Action in the Global Garment Industry*.

Contamos además con una alianza público-privado 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.



PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

Iniciativa de las Naciones Unidas para la promoción del diálogo 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.

RACE TO ZERO

RACE TO ZERO

Race to Zero es una campaña enmarcada dentro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC) que busca impulsar el cambio hacia una economía descarbonizada.



RED EMPRESARIAL POR LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN LGBT+

REDI (RED EMPRESARIAL POR LA DIVERSIDAD Y LA INCLUSIÓN DEL COLECTIVO LGBT+)

Inditex es miembro de REDI, la primera red inter-empresarial y de expertos en materia de diversidad e inclusión de los empleados/as LGBTI y aliados/as en España. REDI tiene por objetivo fo-

mentar un ambiente inclusivo y respetuoso en las organizaciones, en donde se valore el talento sin importar su identidad, expresión de género y orientación sexual.

REHUBS DE EURATEX

En 2021 Inditex se ha unido, como uno de los socios fundadores, al Consejo empresarial de la iniciativa ReHubs desarrollada por Euratex para crear cinco centros de reciclaje en Europa con el objetivo de recolectar, procesar y recuperar residuos textiles.



RMG SUSTAINABILITY COUNCIL (RSC)

El RMG Sustainability Council (RSC) es la organización de Bangladés que continúa los programas de inspección y remediación en instalaciones productivas en materia de seguridad de edificios heredados del Accord en 2020. Esta organización tiene representación equitativa de las marcas del sector, las federaciones sindicales y las asociaciones de empleadores del país en su junta directiva. Inditex colabora activamente con sus proveedores y fabricantes en los programas mencionados y forma parte de su junta directiva.

Shift

SHIFT

Entidad sin ánimo de lucro experta en derechos humanos. Inditex participa desde 2019 en su *Business Learning Programme*, programa de liderazgo en derechos humanos que reúne a empresas de todos los sectores para trabajar en la implantación de los Principios Rectores.



SMART FREIGHT CENTRE

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 *Global Logistics Emissions Council* (GLEC).



SUSTAINABLE APPAREL COALITION (SAC)

Somos miembros activos de la *Sustainable Apparel Coalition* (SAC), iniciativa del sector textil para desarrollar un índice de sostenibilidad común a fin de evaluar el desempeño de marcas, *retailers*, proveedores y productos.



SUSTAINABLE FIBRE ALLIANCE

Sustainable Fibre Alliance (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 *retailers*. 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.



TENT

TENT PARTNERSHIP FOR REFUGEES

Red global de más de 200 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.



TEXTILE EXCHANGE

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.



THE BUSINESS CALL FOR A UN TREATY ON PLASTIC POLLUTION

Llamamiento de cara a la quinta sesión de la Asamblea de las Naciones Unidas para el Medioambiente, que busca impulsar las negociaciones entre los estados miembros de las Naciones Unidas a fin de crear un tratado internacional sobre la contaminación de plásticos que ayude a impulsar la transición hacia una economía circular de los plásticos.



THE POLICY HUB

Colaboramos activamente con *The Policy Hub*, que reúne a la industria textil y a sus grupos de interés con el fin de acelerar la transformación circular del sector.



TSINGHUA UNIVERSITY

A través de nuestra alianza con *Tsinghua University*, colaboramos desde 2016 en diversos programas académicos relacionados con nuestro modelo de inversión en la comunidad. Entre ellos, destacan el *Sustainable Development Fund*, el *Oversea Student Scholarship and Teaching Fund* o el programa de colaboración con la *School of Economics and Management* de esta universidad, entre otros.



UNI GLOBAL UNION

Inditex y la Federación de Sindicatos *UNI Global Union*, que representa a 20 millones de trabajadores de más de 150 países, celebraron 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.

UNITING BUSINESS AND GOVERNMENTS TO RECOVER BETTER DE NACIONES UNIDAS

Inditex es una de las más de 150 empresas participantes en *Science Based Targets* 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.



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

UNIVERSIDADE DA CORUÑA

En virtud de nuestra alianza estratégica con la Universidade da Coruña (UDC), desarrollamos diversos programas tales como Intalent, la Cátedra Inditex-UDC de Sostenibilidad, la Cátedra Inditex de Lengua y Cultura Españolas en Bangladés, o el Programa de ayudas para estancias predoctorales Inditex-UDC, entre otros.



UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

En el ámbito de nuestra inversión en la comunidad, colaboramos con la Universidad de Santiago de Compostela desde el año 2010, en el desarrollo de la Cátedra Inditex de Lengua y Cultura Españolas en Bangladés.



UNIVERSITAT
Miguel Hernández

UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ

Colaboramos con la Universidad Miguel Hernández de Elche en el desarrollo de la Cátedra de discapacidad y empleabilidad Tempe-Apsa, enmarcado en nuestras iniciativas de inversión en la comunidad.



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE COMILLAS

Colaboramos con la Universidad Pontificia Comillas en el desarrollo de la Cátedra Inditex de Refugiados y Migrantes Forzosos, dentro del ámbito de nuestra inversión en la comunidad.



Universitat
de Lleida

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.



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

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 5 mm) de las prendas, con el objetivo de evitar que acaben depositadas en el mar.



UNIVERSITY OF DHAKA

Colaboramos con la *University of Dhaka* desde el año 2010 en el desarrollo de la Cátedra Inditex de Lengua y Cultura Españolas. La Cátedra, situada en el Instituto de Lenguas Modernas de la *University of Dhaka*, promueve la lengua y la cultura españolas en Bangladés a través de diversas actividades académicas y de difusión cultural, entre las que destacan los cursos anuales de lengua y cultura españolas, el programa de becas de movilidad de estudiantes y la organización de eventos artísticos de especial relevancia.



WATER.ORG

Colaboramos con la organización sin fines lucrativos *Water.org* 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 *Water.org*, más de dos millones trescientas mil personas han mejorado su acceso a agua potable y saneamiento a través de la provisión de microcréditos.



ZERO DISCHARGE OF HAZARDOUS CHEMICALS (ZDHC)

Esta organización aúna nuestro esfuerzo con el resto de la industria para avanzar en conjunto con el fin de cumplir nuestro compromiso de alcanzar el *Vertido Cero de Sustancias no Deseadas*, un compromiso relativo a la restricción y eliminación de determinadas sustancias químicas en el proceso de fabricación de productos.



4.4.3. Análisis de Materialidad

GRI 102-29; 102-43; 102-44; 102-46; 102-47; 102-49 Y 103-1

En 2021, y por undécimo año consecutivo, hemos realizado un análisis de materialidad que nos permite conocer las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés. A través de este ejercicio identificamos y priorizamos los asuntos más relevantes para ellos, tanto para los grupos de interés internos —nuestros empleados— como externos —organismos internacionales, sindicatos, ONG, universidades, medios de comunicación, comunidades locales y proveedores, entre otros—. Los asuntos identificados a través de este proceso se denominan **asuntos materiales**.

El análisis de materialidad tiene una doble función. Por una parte, nos permite identificar las prioridades en las que debemos centrarnos para avanzar en la creación de valor para nuestros grupos de interés y así asegurarnos de que nuestra estrategia de sostenibilidad está alineada con ellas. Y, por otro, nos sirve para determinar los contenidos a incluir en el presente Informe.

En el proceso de determinación de los asuntos materiales y su relevancia, revisado anualmente, se adopta una **doble perspectiva de la materialidad**. De este modo, se atiende no solo a los impactos que estos asuntos tienen sobre la estrategia de nuestro Grupo, sino también sobre el impacto que nuestra Compañía tiene en el entorno. Así, en el proceso de determinación de la matriz de materialidad se siguen las recomendaciones de *Global Reporting Initiative* y, más concretamente, del estándar GRI 101: Fundamentos 2016, además de otras metodologías y recomendaciones relevantes en materia de reporte. Como novedad este año hemos incorporado la perspectiva financiera a la hora de evaluar los impactos de los asuntos relevantes en materia de sostenibilidad (incluyendo el ámbito medioambiental, social y de gobernanza), teniendo en cuenta la influencia de cada asunto en la capacidad de Inditex para generar ingresos, reducir costes o hacer más eficiente el negocio y mitigar riesgos. Por otra parte, también se ha tenido en cuenta la valoración de la relevancia de los asuntos en el tiempo, valorando si el impacto se produce en el corto, medio o largo plazo.

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE MATERIALIDAD DE INDITEX



Para el proceso de identificación de los asuntos materiales se tienen en cuenta diversas fuentes de información relevantes como pueden ser: análisis de tendencias tanto sectoriales como globales, opinión pública (a través de análisis de redes sociales y medios digitales), aprendizajes y aportaciones de los distintos grupos de interés con los que la Compañía tiene relación, conclusiones de grupos de trabajo internos creados específicamente a este fin en los que participan tanto directivos como técnicos de áreas clave, entre otros.

Una vez identificados los asuntos materiales, se presentan a **los grupos de interés, tanto internos como externos**, para su priorización. Este proceso se lleva a cabo a través de cuestionarios *online* en los que los grupos de interés internos valoran la relevancia de los asuntos materiales por su impacto en la estrategia y modelo de negocio de Inditex (eje 'y' de la matriz), y los grupos de interés externos valoran su relevancia por los impactos económicos, sociales y medioambientales

de la empresa, así como por la influencia de los asuntos en sus decisiones y expectativas (eje 'x' de la matriz). Tanto los grupos de interés externos como los internos valoran la relevancia temporal de todos los asuntos.

Para garantizar una igual representatividad de todos los grupos de interés participantes (empleados, organismos internacionales, sindicatos, ONG, universidades, medios de comunicación, comunidades locales y proveedores, entre otros) se realiza una agrupación por grandes ámbitos relacionados con cada uno de ellos, y se ponderan sus respuestas, de modo que ningún ámbito quede sobrerrepresentado.

En el ejercicio de este año han participado representantes de más de 70 organizaciones¹⁶ de distinta índole, además de empleados internos. Cabe destacar la participación de nuestro Consejo Social, como órgano colegiado integrado por personas externas e independientes a Inditex y asesor de nuestro Grupo en materia de sostenibilidad.

16. Entre las organizaciones participantes se incluyen, entre otras: Consejo Social de Inditex, *Accelerating Circularity*, Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), *AFIRM Group*, *Canopy*, *Cáritas*, *Centre for Business and Public Sector Ethics of Cambridge*, *Cruz Roja*, *Ethical Trading Initiative*, *Eurocommerce*, *Fashion for Good*, Fundación Entreculturas, Fundación Seres, Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, *Greenpeace*, *Humane Society of United States (HSUS)*, *IndustriALL Global Union*, *Medicus Mundi*, *Organic Cotton Accelerator (OCA)*, *Social & Labour Convergence Programme (SLCP)*, Universidad de A Coruña, Universidad Pontificia de Comillas, Universidad de Oxford, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Tsinghua o *United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR)*.

Tras la priorización de los asuntos se realiza una validación de los resultados tanto interna, por parte de la dirección de la Compañía, como externa, por parte del Consejo Social. Además, las conclusiones de la revisión del ejercicio anterior se aplican durante el proceso de materialidad, con el fin de aplicar cualquier conclusión obtenida durante el ejercicio de obtención de la matriz.

El resultado es una **matriz de materialidad** donde se reflejan 20 asuntos a partir de su relevancia para los grupos de interés y por su relevancia para el desarrollo del modelo de negocio de la Compañía. En ella se presenta también, por primera vez en 2021, la relevancia temporal de cada asunto. La matriz se complementa con el Balance de Asuntos Materiales, en el que se incluye un análisis del alcance o cobertura de cada asunto material y la involucración de Inditex en el posible impacto.

📄 Más información sobre la distribución en el apartado 6.2.2. *Balance de asuntos materiales de este Informe.*



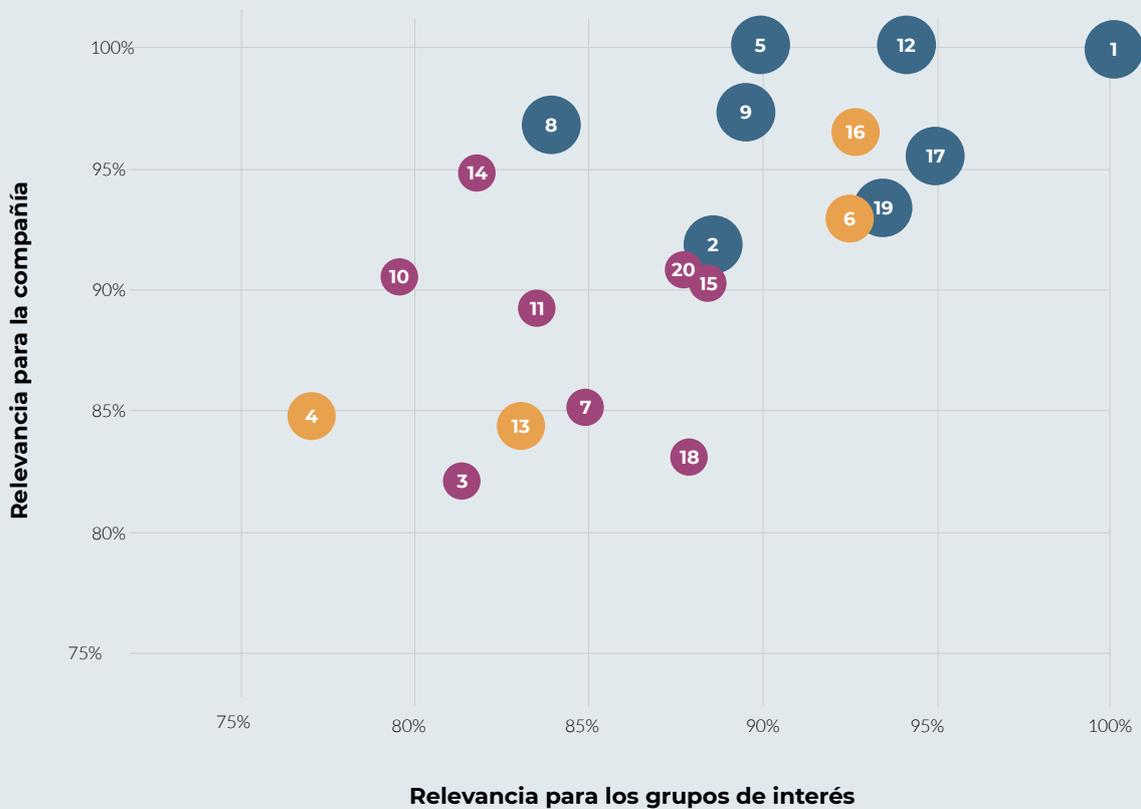
+70

ORGANIZACIONES PARTICIPANTES

En el ejercicio de este año han participado representantes de más de 70 organizaciones, además de empleados internos.

MATRIZ MATERIALIDAD

● Largo plazo ● Medio plazo ● Corto plazo



ASUNTOS MATERIALES

NÚMERO	ASUNTO MATERIAL	SUBTEMAS
1	Comportamiento ético y gobierno	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buen gobierno ✓ Ética corporativa ✓ Cumplimiento normativo y prácticas responsables ✓ Anticorrupción ✓ Mecanismos de reclamación ✓ Política pública
2	Sistemas de gestión y control de riesgos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sistemas de gestión y control de riesgos financieros ✓ Ciberseguridad ✓ Sistemas de gestión y control de riesgos no financieros ✓ Gestión de riesgos y oportunidades del cambio climático
3	Relación con los grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Compromiso con los grupos de interés ✓ Alianzas y colaboraciones ✓ Transparencia y diálogo continuo
4	Comunicación Responsable	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comunicación y marketing responsable ✓ Gestión de la marca ✓ Información y etiquetado de productos
5	Transparencia y trazabilidad de la cadena de valor	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trazabilidad de las materias primas ✓ Transparencia ✓ Trazabilidad de procesos
6	Prácticas de compra responsable	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Relación con proveedores ✓ Formación y compromisos sobre prácticas responsables
7	Generación de valor	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desempeño económico ✓ Impacto socioeconómico en la sociedad ✓ Contribución tributaria y transparencia fiscal ✓ Inversión en la comunidad ✓ Contribución a los ODS
8	Innovación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Digitalización ✓ Innovación en sostenibilidad ✓ Innovación en procesos
9	Orientación al cliente	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prácticas comerciales ✓ Experiencia de compra
10	Diversidad, igualdad e inclusión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diversidad ✓ Igualdad ✓ Inclusión

NÚMERO	ASUNTO MATERIAL	SUBTEMAS
11	Calidad del empleo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empleo ✓ Remuneración ✓ Relaciones laborales
12	Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de Derechos Humanos ✓ Procedimientos de debida diligencia
13	Entornos seguros y saludables	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sistemas de gestión de la seguridad y salud ✓ Fomento de la salud y el bienestar ✓ Formación en materia de seguridad y salud ✓ Medidas implementadas por la COVID-19
14	Gestión del talento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atracción del talento ✓ Retención del talento ✓ Desarrollo del capital humano
15	Entornos productivos socialmente sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bienestar de los trabajadores ✓ Relaciones industriales ✓ Salarios dignos ✓ Empoderamiento de la mujer ✓ Evaluación social y mejora de la cadena de suministro
16	Cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de la energía ✓ Emisiones ✓ Descarbonización ✓ Eficiencia energética
17	Minimización de la huella ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Uso del agua ✓ Gestión de sustancias químicas y procesos sostenibles en la fabricación ✓ Gestión de residuos ✓ Evaluación medioambiental y mejora de la cadena de suministro
18	Protección de los recursos naturales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Biodiversidad ✓ Bienestar animal
19	Sostenibilidad de los productos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Materias primas sostenibles ✓ Calidad, salud y seguridad del producto
20	Circularidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Eco - diseño ✓ Packaging ✓ Reciclaje

Además, con base en nuestro análisis de materialidad y en la alineación de nuestra estrategia con la Agenda 2030 de Naciones Unidas, se ha realizado

una identificación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible principalmente impactados a través de nuestro modelo de creación de valor.

MATERIALIDAD

RELACIÓN DE CREACIÓN DE VALOR, ASUNTOS MATERIALES Y ODS

ASUNTOS MATERIALES

- 2. Sistemas de gestión y control de riesgos
- 16. Cambio climático

ODS



Gestión responsable del riesgo



ASUNTOS MATERIALES

- 1. Comportamiento ético y gobierno
- 3. Relación con los grupos de interés

ODS



Buen gobierno, cultura ética corporativa y sólida arquitectura de Compliance



ASUNTOS MATERIALES

- 7. Generación de valor

ODS



Responsabilidad y transparencia fiscal



ASUNTOS MATERIALES

- 3. Relación con los grupos de interés
- 7. Generación de valor

ODS



Colaboramos para generar valor en las comunidades



ASUNTOS MATERIALES

- 3. Relación con los grupos de interés
- 8. Innovación
- 16. Cambio climático
- 17. Minimización de la huella ambiental
- 18. Protección de los recursos naturales

ODS



Colaboramos para preservar el planeta



»»
Colaboramos con nuestras personas, motor de esa transformación



»»
Colaboramos con nuestros clientes, los grandes impulsores



»»
Colaboramos con nuestros accionistas, aliados para transformar



»»
Colaboramos para transformar a través de una gestión sostenible de nuestros productos



»»
Colaboramos para que nuestros proveedores crezcan



ASUNTOS MATERIALES

- 3. Relación con los grupos de interés
- 8. Innovación
- 10. Diversidad, Igualdad e inclusión
- 11. Calidad de empleo
- 12. Derechos humanos
- 13. Entornos seguros y saludables
- 14. Gestión del talento

ODS



ASUNTOS MATERIALES

- 4. Comunicación responsable
- 8. Innovación
- 9. Orientación al cliente

ODS



ASUNTOS MATERIALES

- 3. Relación con los grupos de interés

ODS



ASUNTOS MATERIALES

- 3. Relación con los grupos de interés
- 8. Innovación
- 17. Minimización de la huella ambiental
- 18. Protección de los recursos naturales
- 19. Sostenibilidad de los productos
- 20. Circularidad

ODS



ASUNTOS MATERIALES

- 3. Relación con los grupos de interés
- 5. Transparencia y trazabilidad de la cadena de valor
- 6. Prácticas de compra responsable
- 8. Innovación
- 10. Diversidad, Igualdad e inclusión
- 12. Derechos Humanos
- 15. Entornos productivos socialmente sostenibles
- 17. Minimización de la huella ambiental

ODS

