



## 4. Nuestra estrategia

Modelo de negocio y estrategia / 4.1. Sostenibilidad, uno de nuestros pilares / 4.2. Relación con los grupos de interés

Nuestro modelo único de negocio ha permitido, en solo unas décadas, convertir un pequeño taller de confección en A Coruña en uno de los actores más relevantes de la distribución de moda a nivel mundial. Para ello el Grupo se apoya en cuatro sólidos pilares: una propuesta de moda única, una experiencia de compra diferencial, un equipo extraordinario y la aplicación de prácticas responsables en todas las fases de nuestra actividad.

# Modelo de negocio y estrategia

GRI 2-1; 2-6; 2-23; 3-3

El Grupo Inditex es una familia de varias marcas comerciales: Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho y Zara Home. Todas ellas comparten un mismo objetivo: ofrecer a nuestros clientes en los más de 200 mercados en los que estamos presentes una propuesta de moda inspiradora, de calidad y producida de manera responsable.

Nuestra actividad de distribución y venta de artículos de moda se lleva a cabo a través de un grupo internacional de sociedades, el Grupo Inditex, cuya cabecera es Industria de Diseño Textil, S.A. (Inditex, S.A.), cuyas acciones cotizan en las cuatro bolsas de valores españolas. El detalle de la estructura societaria a 31 de enero de 2023 se recoge en el Anexo I de las Cuentas Anuales consolidadas del Grupo Inditex.

📄 Información detallada sobre los mercados en los que opera Inditex en el [Informe de Gestión Consolidado](#).

Nuestro modelo único de negocio, que abarca todas las etapas que van del diseño de nuestros productos hasta su puesta a la venta en nuestras tiendas y plataformas *online*, ha permitido, en solo unas décadas, convertir un pequeño taller de confección en A Coruña en uno de los actores más relevantes a nivel mundial, apoyándose en **cuatro sólidos pilares**.

El primero de ellos es nuestra capacidad para ofrecer, temporada a temporada, una **propuesta de moda única**, construida a base de creatividad, emoción, innovación, calidad y, muy especialmente, de una permanente actitud de escucha de las necesidades y deseos de nuestros clientes. Todos nuestros formatos comerciales se caracterizan por su gran capacidad de adaptación y respuesta ante cualquier cambio en el mercado o el surgimiento de cualquier nueva tendencia, lo que nos permite desarrollar procesos de producción precisos, con tiradas cortas y totalmente adaptados a la demanda. El peso de la producción en áreas geográficas próximas a nuestras sedes en España es clave para nosotros, ya que nos permite priorizar la flexibilidad y controlar de manera eficaz todo el proceso de producción.

En Inditex, además, nos esforzamos cada día por que nuestros clientes accedan a esa propuesta de moda excelente a través de una **experiencia de compra cada vez más atractiva**, tanto en nuestras más de 5.800 tiendas como en los canales *online* de las siete marcas del Grupo. Nos enorgullecemos de contar con espacios comerciales únicos, situados en emplazamientos privilegiados en el corazón de las principales ciudades del mundo y dotados de los sistemas de eficiencia energética más avanzados. Nuestro concepto comercial apuesta por tiendas amplias y equipadas con las herramientas tecnológicas más innovadoras para ofrecer al cliente una experiencia única e integrada con las plataformas online. El sistema de inventario único que permite una muy eficiente respuesta al mercado solo

es posible gracias al excelente desempeño de nuestros equipos y la constante mejora en nuestros sistemas logísticos.

El factor clave que explica el desempeño de nuestro modelo de negocio es el **extraordinario equipo** que lo hace posible. Inditex está formado por más de 160.000 personas apasionadas y curiosas a las que las mueve el deseo de superarse y crecer todos los días con independencia de su ubicación concreta o tarea profesional. Cuidar nuestro talento, a través de formación continua y oportunidades de crecimiento, es una obsesión para nosotros. Consideramos que nuestra empresa tiene un carácter propio, en el que atributos como la humildad, la ambición, la alta responsabilidad individual, el sentimiento de pertenencia o el trabajo en equipo no son lugares comunes, sino realidades tangibles que impregnan todo lo que hacemos e inspiran el compromiso del conjunto de nuestros empleados.

El último pilar sobre el que se asienta nuestro modelo de negocio es **la sostenibilidad y la responsabilidad**, la manera en la que entendemos nuestra actividad y la relación con nuestro entorno. Inditex, que nació con la ambición de crear moda de calidad y diseño a un precio atractivo, cuenta con una estrategia integral de sostenibilidad desde 2001, año en el que nos convertimos en una de las compañías firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En Inditex creemos firmemente en nuestra capacidad para actuar como agente de cambio dentro de la industria de la moda y estamos dedicando notables esfuerzos a reducir el impacto ambiental de nuestra actividad, dentro de una estrategia de circularidad que afecta a todos nuestros procesos. Nuestro plan de acción en materia de sostenibilidad nos está permitiendo alcanzar cada año objetivos más ambiciosos, como el uso del 100 % de energía eléctrica renovable en nuestras operaciones y la utilización creciente de fibras y materiales preferentes en línea con nuestros objetivos de sostenibilidad, hasta alcanzar la meta de las cero emisiones netas que nos hemos marcado para 2040.

Nuestros avances en materia de sostenibilidad no serían posibles sin una apuesta igual de firme por la innovación y la investigación, ya sea a través de nuestro *Sustainability Innovation Hub*, la plataforma con la que llevamos a cabo una búsqueda constante de los mejores materiales, enfoques y procesos, o de la mano de *start-ups*, instituciones científicas y organizaciones del tercer sector que se han convertido en nuestros socios de referencia, con los que hemos adquirido compromisos de colaboración y de inversión.

Nuestro modelo de negocio consta de cuatro fases principales: el diseño; la fabricación y el aprovisionamiento; la logística y la distribución y, finalmente, nuestras tiendas y canales de venta online.

### **/ Diseño**

Contamos con un equipo de más de 700 diseñadores que aportan talento excepcional, creatividad en estado puro y conocimiento profundo del cliente para el que crean. Su labor visionaria y experta se fundamenta en el análisis de ventas, el *feedback* diario de nuestras tiendas y equipos comerciales, y en su capacidad innata para interpretar las tendencias. Siempre perfectamente informados, son capaces de intuir, e incluso adelantar, los deseos de nuestros clientes en todo momento.

Todo este talento viene acompañado de la convicción de que una moda responsable empieza en la mesa de dibujo. Nuestros diseñadores son conscientes de su papel y prestan especial atención a los materiales y los procesos empleados en nuestros artículos, avanzando así en el modelo de economía circular que promueve nuestra Compañía. En este sentido, la innovación juega un rol clave, ya que nos permite buscar soluciones alternativas a las materias primas convencionales.

### **/ Fabricación y aprovisionamiento**

Nuestros orígenes como taller de confección nos hacen valorar muy especialmente el rol que desempeñan nuestros proveedores y fabricantes no exclusivos en la creación de productos de gran calidad y propuesta de valor. Nuestra cadena de suministro se organiza a través de doce clústeres y su gestión social y medioambientalmente responsable es el pilar de nuestro enfoque de aprovisionamiento y fabricación. Así, aseguramos unas condiciones dignas para los trabajadores de nuestros proveedores y fabricantes y avanzamos en la minimización del impacto medioambiental.

Priorizamos la flexibilidad, motivo por el que gran parte de nuestros fabricantes de producto final se encuentran en áreas próximas a nuestras sedes en España. Esta proximidad, junto con las tiradas de producción cortas, nos otorga flexibilidad y control sobre el proceso, permitiéndonos adecuar nuestra oferta comercial a los cambios de tendencias que puedan surgir.

### **/ Logística y distribución**

La flexibilidad de nuestra logística para adaptarse a las decisiones comerciales ha sido un factor clave en nuestra expansión hasta alcanzar los más de 200 mercados.

Las distintas marcas del Grupo distribuyen su inventario a tiendas y almacenes online de todo el mundo desde centros logísticos centralizados, integrando de forma eficiente nuestras operaciones en tiendas/online durante los procesos de almacenamiento, transporte y distribución. Con la adopción y el desarrollo de tecnologías como la Identificación por Radiofrecuencia (RFID) o el Sistema de Gestión Integrado (SINT) hemos integrado la gestión de inventarios de todas nuestras marcas. De este modo, nuestros equipos pueden localizar rápidamente cualquier artículo independientemente del lugar en el que se encuentre y ponerlo a disposición del cliente.

### **/ Tiendas/online**

Todas nuestras tiendas, físicas y online, están integradas formando una única plataforma comercial. Cuidamos al máximo todos los puntos de contacto de nuestras marcas con el cliente: diseños de vanguardia, espacios sofisticados y tecnología innovadora orientada a ofrecer la mejor experiencia. Por eso no dejamos de buscar formas de mejorar nuestras tiendas - situadas en los ejes comerciales más exclusivos del mundo y con todos los avances tecnológicos -, al tiempo que revolucionamos el comercio electrónico con editoriales de moda de alto nivel, a la altura de la originalidad y la inspiración que nuestros clientes quieren.

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 que formamos Inditex. Contamos con procesos sistemáticos de identificación, evaluación, registro y monitorización de riesgos, con el propósito de asegurar la mejor gestión posible. El Sistema Integral de Control y Gestión de Riesgos emana del Consejo de Administración y se articula a través de distintas normas dirigidas a la gestión de los diferentes supuestos.

① Más información en el apartado [6.3 Gestión responsable del riesgo](#) de este Informe.

## Innovación transversal y colaborativa

La innovación es uno de los ejes transversales en torno a los cuales se alinean los cuatro pilares de nuestra estrategia.

A través de la innovación pretendemos ser cada día **más creativos, ágiles, eficientes y respetuosos** tanto en la relación con nuestros clientes como con nuestro entorno. Y, por supuesto, **mejorar la experiencia del cliente y reforzar la confianza** que deposita en nosotros cada vez que nos elige.

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. Todas ellas son iniciativas que se desarrollan en las distintas áreas y niveles de la Compañía, así como en todas las fases de la cadena de valor (diseño, fabricación, transporte, logística, distribución, venta, uso de productos, circularidad y fin de vida), y que se irán desgranando a lo largo de este informe. Algunos ejemplos son el lanzamiento por parte de Zara de *Pre-Owned*, una plataforma que ayuda a nuestros clientes a alargar la vida útil de nuestros productos; el despliegue del Modo Tienda en cinco marcas del Grupo, la disponibilidad de probar virtualmente calzado en las apps de Pull&Bear y Stradivarius; o la puesta a la venta de un detergente, *The Laundry by Zara Home*, – desarrollado en colaboración con BASF– que reduce la liberación de microfibras durante el lavado de las prendas.



## Modelo de negocio

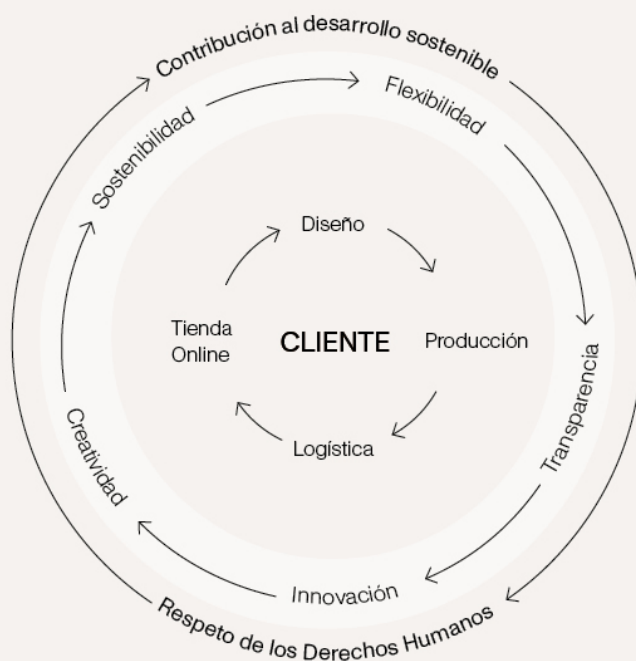
El modelo de negocio de Inditex aspira a satisfacer las expectativas de nuestros clientes ofreciéndoles moda inspiradora, de calidad y producida de manera responsable.

Nuestra estrategia se basa en cuatro pilares: oferta única de moda, una experiencia mejorada del cliente, el compromiso de nuestras personas y la sostenibilidad aplicada a todas

las fases de cadena de valor. 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 social y medioambiental de nuestro entorno.

### Grupos de interés

Empleados	Clientes	Proveedores	Comunidad	Medioambiente	Accionistas
-----------	----------	-------------	-----------	---------------	-------------



### Pilares sobre los que se asienta nuestra estrategia

Moda	Experiencia del cliente	Personas	Sostenibilidad
------	-------------------------	----------	----------------

### Principios de actuación

- |   |   |  |
|---|---|--|
| / Código de Conducta y Prácticas Responsables     | / Política de Compras y Contrataciones      | / Política de Seguridad de la Información  |
| / Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores | / Política Fiscal                           | / Política de Due Diligence  |
| / Política de Derechos Humanos                    | / Política de Sostenibilidad                | / Política de Cumplimiento en Materia de Protección de Datos y Privacidad  |
| / Política de Diversidad e Inclusión              | / Política de Compliance                    | / Política Global de Prevención del Acoso Sexual y del Acoso por Razón de Sexo o Identidad de Género en el Trabajo |
| / Política de Inversión en la Comunidad           | / Política de Prevención de Riesgos Penales |  |
|   | / Política de Seguridad y Salud Laboral     |  |
|   | / Políticas de Integridad                   |  |

## 4.1. Sostenibilidad, uno de nuestros pilares

GRI 2-6; 2-12; 2-16; 2-24; 2-28; 2-29; 3-1; 3-3; 201-2; 201-3

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 de sostenibilidad, 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 todas nuestras personas, independientemente de su puesto y función, desarrollamos distintas acciones encaminadas a crear una cultura de sostenibilidad en toda la Compañía.

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 del Grupo.

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. Por ello, desde 2021, contamos con un programa específico de formación: The Sustainable Fashion School, co-creado junto a la Universidad de Leeds.

Nuestras personas en tienda se han convertido en los mejores embajadores de nuestra cultura de sostenibilidad y el programa *Changemakers* es un claro exponente de la importancia que le concedemos. Esta comunidad se encarga de que la sostenibilidad llegue a todos los rincones del Grupo y recoge además sugerencias e inquietudes en materia de sostenibilidad de nuestros equipos y clientes.

➊ Más información en el apartado [5.1.2. Gestión de talento](#) de este Informe.

En 2022, más de 13.000 empleados se han formado en sostenibilidad.

### Colaboración

En línea con nuestro objetivo de impulsar la transformación de la industria textil, 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. 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*, *IndustriALL Global Union*, *The Fashion Pact*, *Ellen MacArthur Foundation* o *Zero Discharge of Hazardous Chemicals*, entre otros.

➋ Más información en el apartado [4.2. Relación con los grupos de interés](#) de este Informe.

### Transparencia

Fieles a 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.

### Innovación

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

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. En este contexto, el *Sustainability Innovation Hub*, la plataforma con la que buscamos los mejores materiales, enfoques y procesos, es un gran aliado.

### Hoja de ruta y compromisos

En Inditex 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.

## Nuestra hoja de ruta de sostenibilidad

### 2022

/ 100% de consumo de electricidad de origen renovable en todas nuestras instalaciones propias (sede, centros logísticos, fábricas y tiendas).

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

### 2023

/ 100% algodón de fuentes preferentes.

/ 100% de fibras artificiales celulósicas de fuentes preferentes.

/ 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 preferentes.

/ 100% Lino de fuentes preferentes.

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

### 2040

/ Cero emisiones netas

## Gobernanza de sostenibilidad

El compromiso con la sostenibilidad se extiende a todos los niveles de la Compañía, partiendo de los órganos de gobierno – destacando la Comisión de Sostenibilidad– y permeando a todos los niveles de la organización, en base a un sólido sistema de gobernanza. Además, el Grupo cuenta con un Consejo Social, órgano externo asesor en materia de sostenibilidad.

① Más información en el apartado [6.1. 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 en todos los ámbitos de nuestra cadena de valor. Entre ellas, cabe destacar nuestra Política de Sostenibilidad, que recoge los principios que el Grupo asume en las relaciones con los grupos de interés. Además, favorece la integración de prácticas de sostenibilidad en el modelo de negocio 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.

## 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

/ Políticas de Integridad

/ Política de Productos Forestales

/ Código de Conducta y Prácticas Responsables

/ Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores

/ Estándares de salud y seguridad de producto

/ 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

\* Aprobada por el Consejo de Administración el 9 de diciembre de 2015, modificada el 14 de diciembre de 2020 y actualizada el 3 de noviembre de 2022. Incluye:

/ 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 base de la relación con los grupos de interés.

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, vinculando la retribución variable de distintos colectivos del Grupo a objetivos de sostenibilidad.

En concreto, hasta el 15% de la retribución variable del consejero delegado está vinculada al cumplimiento de las políticas de sostenibilidad. Asimismo, el 25 % del incentivo a largo plazo para el periodo 2021-2024 al que pueden acceder miembros del equipo directivo y otros empleados clave obedece al cumplimiento de métricas de sostenibilidad. La retribución variable de todos los empleados de oficina también incluye métricas de sostenibilidad.

## Contribución al desarrollo sostenible

Con la aprobación en 2015 de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en Inditex alineamos nuestra estrategia



de sostenibilidad con sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus 169 metas, conscientes de que solo a través de la consecución de todos ellos se logrará poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir las desigualdades y luchar contra el cambio climático. Este ejercicio de alineación nos ha brindado una visión holística de nuestros impactos y de las oportunidades de promoción del desarrollo sostenible y de colaboración presentes en el entorno en el que operamos.

En este sentido, incluimos en este informe información detallada sobre nuestra contribución a los ODS, indicando al inicio de cada capítulo aquellos objetivos sobre los que inciden

las acciones reflejadas en ellos, además de un resumen cuantitativo de los principales indicadores que muestran nuestra contribución de acuerdo a la guía *Business Reporting on the SDGs: An Analysis of Goals and Targets*.

① Más información en el apartado [7.1.6. Contribución de Inditex a los ODS. Indicadores destacados](#) de este Informe.



## Contribución de Inditex a los ODS. Hitos destacados 2022



### ODS 3 SALUD Y BIENESTAR

Nuestro compromiso para promover la seguridad, salud y bienestar en el lugar de trabajo es una piedra angular de las actividades de Inditex. Así lo reconoce nuestra Política de Seguridad y Salud, actualizada en 2022. Extendemos este compromiso a todos los trabajadores de nuestra cadena de suministro. Por este motivo, hemos desarrollado numerosos proyectos en este ámbito como parte de nuestra estrategia "Trabajador en el Centro 2019-2022". Destaca nuestro trabajo a lo largo de este año estudiando, en colaboración con otros actores, la viabilidad de la expansión a Pakistán del *International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry*.

Por otra parte, hemos contribuido a la mejora de la salud y bienestar de más de un millón de personas vulnerables en todo el mundo mediante nuestras alianzas con Médicos Sin Fronteras, Medicus Mundi y *Every Mother Counts*.



### ODS 5 IGUALDAD DE GÉNERO

La igualdad de género y el empoderamiento de la mujer forman parte de la esencia de nuestra Compañía. Por ello, fomentamos entornos de trabajo inclusivos y libres de cualquier tipo de discriminación. Así, en 2022 se aprobó la Política Global de Prevención del Acoso Sexual y del Acoso por Razón de Sexo o Identidad de Género en el Trabajo.

Además, hemos superado nuestro objetivo de representación de mujeres en el Consejo de Administración, alcanzando un 45,45 % en 2022.

Nuestro compromiso con la igualdad de género también se extiende a nuestra cadena de suministro, con numerosas iniciativas como parte de nuestra estrategia "Trabajador en el Centro 2019-2022".

También destacan nuestras alianzas con entidades como *Every Mother Counts*, *Water.org* o *Entreculturas* como parte de nuestro programa de inversión en la comunidad.



### ODS 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

En Inditex creemos prioritario fomentar ambientes laborales estimulantes, estables y seguros, donde la igualdad de oportunidades y el desarrollo profesional sean una realidad para todos, desde nuestros empleados propios a los trabajadores de la cadena de suministro.

Así, en 2022 concluimos nuestra estrategia "Trabajador en el Centro 2019-2022", la cual a lo largo de estos últimos cuatro años ha beneficiado a 2,5 millones de trabajadores a través de sus proyectos e iniciativas, desarrollados en colaboración con un gran número de organizaciones locales e internacionales.

Además, continuamos fomentando el empleo de personas en riesgo o situación de exclusión social mediante iniciativas como *for&from*, *Salta* o el programa de empleo con *Cáritas*.



### ODS 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

La sostenibilidad como pilar de nuestro modelo de negocio implica la promoción de prácticas de producción y consumo responsables.

En 2022 hemos firmado un acuerdo con *Infinite Fiber Company* por más de 100 millones de euros, con el compromiso de comprar durante tres años el 30 % del volumen de producción futuro de Infina, una fibra textil producida íntegramente a partir de prendas desechadas y que forma parte de nuestra plataforma de innovación Sustainability Innovation Hub.

Este año también hemos continuado avanzando hacia un mayor consumo de materias primas preferentes, alcanzando un 60 % sobre el total de materias primas.

Además, este año hemos destinado 22,5 millones de euros a proyectos que han tenido este ODS como objetivo principal, destacando la renovación de nuestra colaboración con *Cáritas* para fortalecer la iniciativa *Moda Re-* recogida y reutilización de ropa.



### ODS 13 ACCIÓN POR EL CLIMA

En Inditex apoyamos la lucha contra el cambio climático. Por ello, en 2022 suscribimos los nuevos objetivos establecidos por la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática de las Naciones Unidas. En este marco se engloban compromisos en ámbitos como emisiones o materias primas. Este año, además, hemos cumplido nuestro compromiso con la energía renovable, logrando que el 100 % de la energía eléctrica consumida en nuestras instalaciones tenga este origen. Además, conscientes de la importancia de colaborar con nuestros proveedores en esta materia, en 2022 hemos desplegado el plan de mejora ambiental con el fin de impulsar mejoras en los procesos productivos e instalaciones para un mejor uso de los recursos reduciendo sus consumos de agua y energía.



### ODS 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Las alianzas son un aspecto fundamental para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible y avanzar hacia la transformación sostenible de nuestro sector. Por ello, continuamos poniendo el foco en la colaboración, desarrollando proyectos e iniciativas en conjunto con numerosas organizaciones locales e internacionales, sindicatos, gobiernos e instituciones académicas, entre otros. Destacan por su trascendencia, nuestras alianzas con la Organización Internacional del Trabajo, IndustriALL Global Union, UNI Global Union, ACT (*Action, Collaboration, Transformation*), *The Fashion Pact*, *Cáritas*, entre otras.

## Otras contribuciones destacadas



En 2022 hemos participado en diversas iniciativas cuyo objetivo primario o secundario es contribuir al fin de la pobreza. Hemos desarrollado estos proyectos en colaboración con distintas organizaciones sin ánimo de lucro como Entreculturas (Colombia, Ecuador, Venezuela, Brasil, Libano y México), ACNUR (Ucrania) y Fundatia Hope and Homes for Children (Rumania), entre otras.



En el marco de nuestro programa de inversión en la comunidad, hemos colaborado a lo largo del año con organizaciones como La Mie de Pain (Francia), FESBAL (España) o Fe y Alegría (Paraguay) en distintas iniciativas enfocadas a la erradicación del hambre.



En Inditex creemos que es esencial promover el desarrollo profesional de nuestros empleados mediante formaciones y promociones internas. Muestra de ello es el 59 % de vacantes del Grupo que en 2022 fueron cubiertas de forma interna. Además, hemos continuado nuestros esfuerzos en proyectos para el fomento del acceso a la educación tanto primaria y secundaria con la ONG Entreculturas, como universitaria en colaboración con Tsinghua University, University of Dhaka o Universidade da Coruña, entre otras.



En 2022 hemos avanzado en nuestro compromiso de reducir un 25 % el consumo de agua en nuestra cadena de suministro a 2025. Además, en colaboración con la organización Water.org, hemos lanzado un nuevo programa, Water and Climate Fund, que pretende desarrollar proyectos de mejora de la infraestructura de agua y saneamiento consiguiendo una mayor eficiencia y ahorro, y profundizando en el acceso de las comunidades locales al agua.



Este año hemos alcanzado nuestro objetivo de consumir en nuestras instalaciones un 100 % de electricidad de origen renovable. Continuamos trabajando en el impulso de las energías renovables a través de proyectos que generan adicionalidad a la red, como son el VPPA (Virtual Purchase Power Agreement) firmado este año o el Parque Eólico Puerto Exterior de A Coruña, cuya puesta en marcha está planificada para el año 2025.



La innovación es una parte clave de nuestro modelo de negocio además de esencial para lograr una transformación de la industria duradera en ámbitos como la sostenibilidad. Por ello, hemos continuado impulsando el Sustainability Innovation Hub, colaborando con diversas startups en la búsqueda de nuevas soluciones, materiales y procesos de fabricación.



En el marco de nuestro programa de inversión en la comunidad, este año hemos desarrollado numerosos proyectos cuyo objetivo principal ha sido la reducción de las desigualdades, destacando las colaboraciones con organizaciones como ACNUR, Cruz Roja, Entreculturas y *Cáritas*. La inversión realizada en 2022 a estas iniciativas ha sido de 17,8 millones de euros.



En 2022, hemos colaborado en proyectos con diversas organizaciones enfocadas en contribuir a la consecución de este objetivo, como son Museo Nacional de Arte Reina Sofía (España), Orquesta Sinfónica de Galicia (España) o Fundação de Serralves (Portugal).



Nos hemos suscrito en 2022 al Arctic Corporate Shipping Pledge, promovido por Ocean Conservancy, que impulsa el compromiso de evitar las rutas marítimas a través del Ártico debido al impacto potencial en el ecosistema. Este año, además, hemos comercializado un detergente que contribuye a la reducción del desprendimiento de microfibras de las prendas durante su lavado, previniendo así su vertido.



En 2022 hemos colaborado con diversas organizaciones en el desarrollo de un proyecto para el impulso de prácticas regenerativas en India. En el ámbito de este objetivo, también hemos firmado con WWF un acuerdo para llevar a cabo proyectos de restauración de bosques y otros ecosistemas que sirven de hábitats para especies en peligro de extinción.



En Inditex contamos con un sólido sistema de gobierno corporativo 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.

## 4.1.1. Derechos humanos

GRI 2-6; 2-24; 2-25; 2-29; 3-1; 3-3; AF1; AF5; AF7

① Más información en el Informe *Derechos Humanos* disponible en la página web corporativa de Inditex.

Inditex ha unido su trayectoria a la promoción y el respeto de los derechos humanos y para ello contamos con una estrategia de derechos humanos alineada con los Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas. La estrategia se extiende a todas las operaciones del Grupo y estructura nuestro compromiso y alineación con las mejores prácticas a lo largo de 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.

### Política de Derechos Humanos

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.

### Política de Derechos Humanos

#### Respeto 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.

Para una integración completa del respeto de los derechos humanos en toda la Compañía, consideramos que **la colaboración y la comunicación son clave**. 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. Asimismo, el Consejo cuenta con una Comisión de Auditoría y Cumplimiento responsable de supervisar y evaluar los riesgos financieros y no financieros, incluyendo los riesgos relacionados con los derechos humanos.

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.

① Más información en el apartado [6.1.1. Buen gobierno corporativo](#) de este Informe.

## Debida diligencia en derechos humanos

Nuestro enfoque se basa en desarrollar **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 acompañado por la organización *Shift*, trazamos nuestra estrategia Trabajador en el Centro 2019-2022 enfocada en la gestión socialmente sostenible de la cadena de suministro. En el proceso de debida diligencia se identificaron las siete áreas de impacto prioritarias en las que se enmarca la estrategia: participación de los trabajadores; salarios dignos; género, diversidad e inclusión, salud y seguridad laboral; protección de migrantes y refugiados; protección social; y protección de los derechos laborales en la cadena de suministro de las materias primas.

① Más información en el apartado [5.6.2. Trabajador en el Centro](#) de este Informe.

**/ Cadena de valor.** En línea con los Principios Rectores, extendemos la estrategia en materia de derechos humanos a lo largo de toda la cadena de valor. El diseño de estos procesos de debida diligencia involucra a distintas áreas de la Compañía, como Recursos Humanos o Gestión de Riesgos, y es revisado y actualizado continuamente. Paralelamente, desarrollamos diversas actividades para identificar potenciales impactos, prevenirlos y mitigarlos a través de la integración en nuestra actividad de prácticas responsables de respeto a los derechos humanos.

## Elementos clave para la debida diligencia

### Comunicación y cooperación con los grupos de interés

La cooperación y la colaboración nutren el proceso de debida diligencia de una manera esencial. Así, las relaciones que establecemos con organizaciones internacionales u ONG, entre otros expertos en la materia, que nos apoyan en el desarrollo de proyectos específicos, formaciones o en la creación e implementación de nuestras estrategias son clave. Claro ejemplo de ello es nuestra alianza con la organización *Shift*, centro líder e impulsor de los Principios Rectores sobre Empresas 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. También destacan nuestras alianzas con otras organizaciones como la Organización Internacional del Trabajo, con *UNI Global Union*, con *IndustriALL Global Union* o con el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

### Concienciación y formación

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.

Como ejemplo, en 2022, bajo el paraguas de la *Sustainable Fashion School*, los equipos comerciales y de diseño han recibido una formación en la que se incluye temática específica sobre derechos humanos y sus potenciales impactos relacionados con el modelo de negocio.

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.

### 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. La comunicación a través de este canal permite trasladar al Comité de Ética, de forma estrictamente confidencial, e incluso anónimamente, consultas y comunicaciones relacionadas con la interpretación y cumplimiento de la normativa interna de conducta, para que este pueda analizarlas y en su caso, adoptar las medidas necesarias.

➊ Más información en el apartado [6.1.3. Sistema de Compliance y prevención de riesgos penales](#) de este Informe.

Otro mecanismo destacado es el que se establece bajo el paraguas de nuestro Acuerdo Marco Global con la federación internacional de sindicatos de la industria *IndustriALL Global Union*. Gracias al Acuerdo Marco Global, en vigor desde el año 2007 y que ha celebrado en 2022 su decimoquinto aniversario, nos acercamos a los trabajadores de la cadena de suministro a través de sus representantes y promovemos el diálogo social. El objetivo del Acuerdo Marco es “garantizar el respeto de los derechos humanos en el entorno social y laboral promoviendo el respeto a las normas laborales en toda la cadena de suministro de Inditex”.

➋ Más información en el Informe *Trabajador en el Centro* disponible en la página web corporativa de Inditex.



## 4.2. Relación con los grupos de interés

GRI 2-29; 3-1; 3-3

### Cómo y con quién colaboramos

Nuestros grupos de interés son aquellas entidades o colectivos que están relacionados con Inditex, tanto a lo largo de nuestra cadena de valor, como en el entorno en el que desarrollamos nuestra actividad y que, al mismo tiempo, tienen la capacidad de influir en nuestra Compañía con sus decisiones y opiniones. En este sentido, identificamos y agrupamos a nuestros grupos de interés en función de su vinculación a nuestro modelo de negocio. Así, nuestros grupos de interés principales son: clientes, empleados, proveedores, accionistas, la comunidad en su conjunto y el medioambiente (representado por diversas entidades de índole medioambiental).

Los principios en los que se basa nuestra relación con los grupos de interés se establecen en nuestra Política de Sostenibilidad. El primero de ellos es la **transparencia**, que nos ayuda a establecer un vínculo de confianza con ellos. El segundo es el **diálogo continuo**, que nos permite atender a sus demandas y necesidades, así como aunar fuerzas para alcanzar objetivos comunes y compartidos, como pueden ser la circularidad, la preservación del planeta y sus recursos, o la promoción de los derechos humanos y laborales.

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.

### 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 la cadena de valor y en el entorno en el que se desarrolla la actividad.

#### Priorización

Clasificación y determinación de los grupos de interés prioritarios en base a nuestro modelo de negocio y cadena de valor.

#### Definición de la estrategia

Elaboración de una estrategia concreta para cada grupo de interés, definiendo 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.



- / 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 y administraciones públicas

#### Accionistas

Cualquier persona o entidad que posea acciones del Grupo Inditex.



- / Inversores institucionales
- / Inversores particulares



■ Diálogo constante ■ BIANUAL ■ ANUAL ■ BAJO DEMANDA

### Herramientas de relación y diálogo

### Nuestros compromisos

#### Comunes



Comisión de sostenibilidad



Análisis de Materialidad



Consejo social



Alianzas estratégicas



Página Web Corporativa



Informe integrado

#### Específicas

- Comité de Ética
- Acuerdo con 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
- Departamento 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 Seguridad de la Información y de Protección de Datos y Privacidad

- Consejo Social
- Compromisos con ONG
- Comisión de Patrocinio y Mecenazgo

- Consejo Social
- Compromisos con ONG
- Equipos de sostenibilidad

- Junta General de Accionistas
- Índices de Sostenibilidad
- Relación con inversores

#### 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

### Herramientas de relación y diálogo destacadas

Contamos con una Comisión de Sostenibilidad desde 2019. Se trata de una 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.

Por otro lado, 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.

① Más información en el apartado [6.1.1. Buen gobierno corporativo](#) de este Informe.

Además, establecemos diversas alianzas estratégicas de colaboración con grupos de interés para contribuir al desarrollo sostenible a lo largo de nuestra cadena de valor y en las comunidades en las que operamos.

① Más información en el documento *Alianzas* disponible en la página web corporativa de Inditex.

Cabe destacar que anualmente el Grupo realiza un análisis de materialidad con objeto de identificar y dar respuesta a aquellos asuntos que son más relevantes para nuestros grupos de interés. 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.

① Más información en el apartado [4.2.2. Análisis de materialidad](#) de este Informe.

### 4.2.1. Alianzas

GRI 2-6; 2-16; 2-28; 2-29; 3-1

En Inditex consideramos fundamental establecer alianzas estrechas y multidireccionales con distintas organizaciones e instituciones. Entendemos que solo aunando fuerzas con los actores clave podremos avanzar hacia la transformación sostenible de nuestro sector en particular, y de la sociedad y el planeta en general.

Por ello, 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. De este modo, maximizamos nuestra contribución a los ODS y avanzamos en la creación de valor económico, social y medioambiental.

En el último ejercicio, además de mantener las sólidas alianzas de años anteriores, hemos establecido nuevas como las colaboraciones con *Ocean Conservancy*, *Disability:IN* o *WWF*, por citar algunas.

① Más información en el documento *Alianzas* disponible en la página web corporativa de Inditex.



## 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**



## 4.2.2. Análisis de materialidad

GRI 2-4; 2-12; 2-29; 3-1; 3-2; 3-3

Por decimosegundo año consecutivo, en 2022 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, comunidades locales y proveedores, entre otros—.

Este análisis 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, asegurando que nuestra estrategia de sostenibilidad esté alineada con ellas. Y, por otro, nos sirve para determinar los contenidos a incluir en el presente Informe.

En 2022 hemos actualizado la metodología utilizada para llevar a cabo nuestro análisis de materialidad, que presenta un doble enfoque: **materialidad de impacto**, que analiza los impactos que la Organización puede tener sobre el entorno y **materialidad financiera**, que analiza como estos mismos asuntos impactan en la Organización. Así, realizamos un ejercicio de doble materialidad.

Para determinar la materialidad de impacto seguimos las recomendaciones que *Global Reporting Initiative* recoge en su estándar GRI 3: Temas Materiales 2021, que actualiza la metodología anteriormente recomendada en el estándar GRI 101: Fundamentos 2016, poniendo el foco del análisis en la importancia de los impactos reales y potenciales que la Compañía tiene sobre la economía, el medio ambiente y las personas, incluidos los impactos sobre los derechos humanos. De acuerdo con esta metodología, la importancia de los impactos se determina a través de la evaluación los siguientes parámetros:

**/ Escala:** cómo de grave o beneficioso es o podría ser el impacto.

**/ Alcance:** extensión del impacto, por ejemplo, el número de individuos afectados o la magnitud de los daños.

**/ Carácter irremediable:** cuando el impacto es negativo, grado de dificultad que supone contrarrestar o corregir el daño resultante.

**/ Probabilidad:** cuando el impacto es potencial, posibilidad de que el impacto se produzca. Para su determinación, se tiene en consideración el corto, medio y largo plazo.

Complementamos este ejercicio con una evaluación de la materialidad financiera de cada impacto con el objetivo de mantener en nuestro análisis una **doble perspectiva de materialidad**, en línea con las buenas prácticas en esta materia. Para determinar la materialidad financiera, realizamos encuestas a nuestros empleados (grupos de interés internos) consultando la relevancia financiera que los impactos identificados tienen para Inditex, en función del efecto que puedan tener en la generación de caja futura o en el valor de la Compañía en el corto o medio plazo.

El resultado de este ejercicio es una matriz de materialidad donde, a partir de la importancia de su impacto en el entorno (eje x – materialidad de impacto) y por su relevancia para el desarrollo del modelo de negocio de la Compañía (eje y – materialidad financiera), se reflejan 18 asuntos, dos menos que el año pasado. Tanto la materialidad de impacto como la financiera se valoran en una escala de cero a cuatro puntos.

La disminución en el número de asuntos se debe al cambio de metodología respecto al año 2021, ya que al iniciar el análisis desde una perspectiva de impacto más granular, los impactos relacionados con los dos asuntos que no se incluyen en la matriz de este año –orientación al cliente y diversidad, igualdad e inclusión– se han agrupado dentro de otros asuntos. En concreto, impactos como la desigualdad salarial, la plantilla diversa y cultura laboral inclusiva, o los relacionados con el acoso y la discriminación son impactos clave que ahora forman parte de los asuntos calidad de empleo y derechos humanos. Es decir, la relevancia de estos impactos se mantiene, pero han sido englobados dentro de otros asuntos materiales.

➤ Más información en el apartado [7.2.3. Balance de asuntos materiales](#) de este Informe.

## Proceso de elaboración de la matriz de materialidad de Inditex

### Identificación de los impactos

potenciales y reales que tiene Inditex sobre la economía, el medio ambiente y las personas, incluidos los impactos sobre los derechos humanos, tomando como referencia:

- / Temáticas abordadas por los grupos de interés a lo largo del ejercicio
- / Legislación aplicable actual y futura
- / Asuntos señalados en los estándares de reporte de referencia
- / Asuntos materiales de otras compañías del sector
- / Temáticas abordadas en nuestro Canal Ético
- / Tendencias del sector
- / Criterios considerados por los analistas financieros
- / Análisis de Redes Sociales y Medios Online

### Importancia de los impactos

que se obtiene a través del cálculo de las variables:

#### Escala

Evaluado mediante la consulta a través de cuestionarios a:

- / grupos de interés internos
- / grupos de interés externos\*

#### Alcance, Carácter irremediable y Probabilidad

Evaluado a partir de entrevistas a miembros de la Dirección de Inditex y responsables de áreas relevantes.

### Materialidad financiera

#### Impacto en la generación de caja y valor de la Compañía

Evaluado mediante la realización de encuestas a empleados.

### Priorización de los impactos

en base a su importancia.

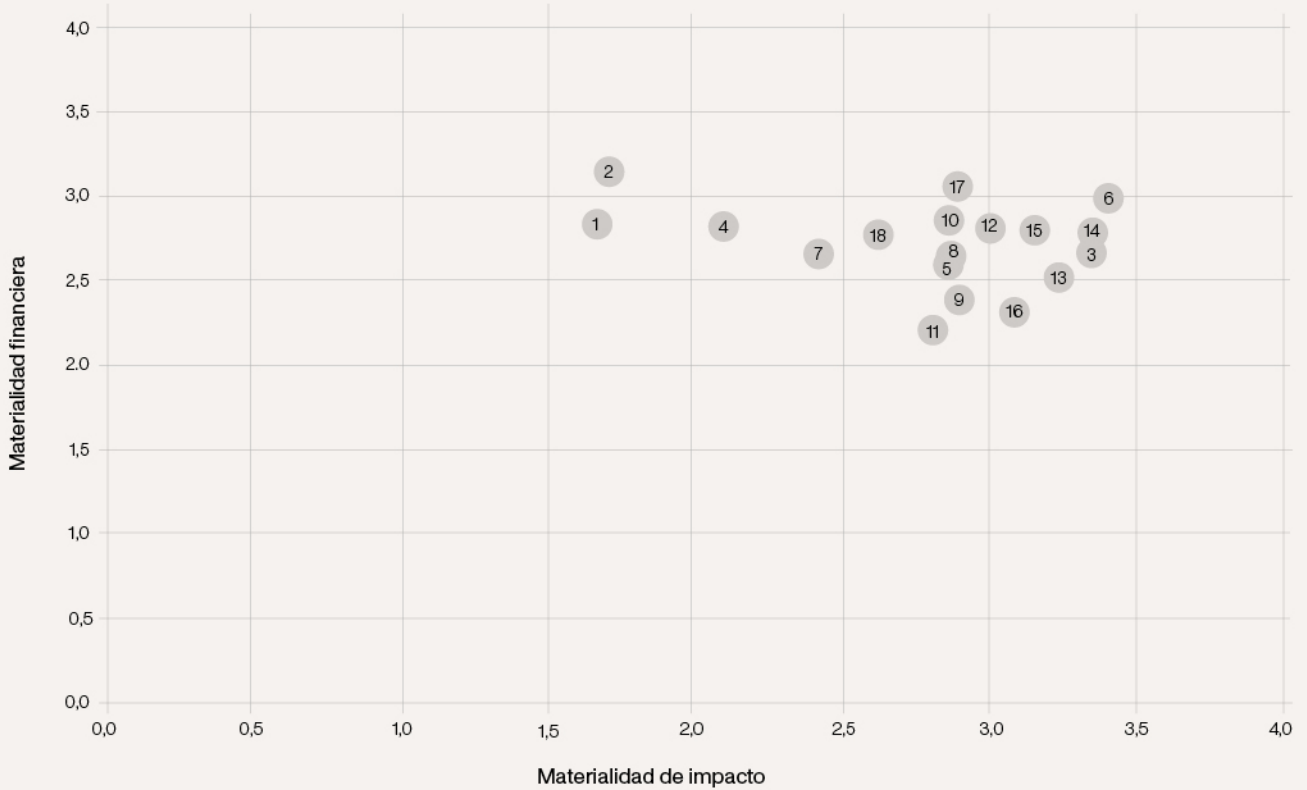
### Agrupación en 18 asuntos materiales

de los impactos identificados.

**Validación de los resultados tanto interna, por parte de la dirección de la Compañía y de la Comisión de Sostenibilidad, como externa, por parte del Consejo Social.**

\*En 2022, participaron representantes de más de 80 organizaciones de distinta índole. 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, Cáritas, Better Work, Centre for Business and Public Sector Ethics of Cambridge, Cruz Roja, Ethical Trading Initiative, 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, Médicos sin Fronteras, Medicus Mundi, Organic Cotton Accelerator (OCA), Universidad de Cambridge, Universidad de A Coruña o Universidad de Santiago de Compostela, entre otros.

## Matriz de doble materialidad



## Asuntos materiales

- |  |                                  |   |
|--|----------------------------------|---|
| 1 Comportamiento ético y gobierno                    | 7 Generación de valor            | 13 Entornos productivos socialmente sostenibles |
| 2 Sistemas de gestión y control de riesgos           | 8 Innovación                     | 14 Cambio climático                             |
| 3 Relación con los grupos de interés                 | 9 Calidad del empleo             | 15 Minimización de la huella ambiental          |
| 4 Comunicación responsable                           | 10 Derechos Humanos              | 16 Protección de los recursos naturales         |
| 5 Transparencia y trazabilidad de la cadena de valor | 11 Entornos seguros y saludables | 17 Sostenibilidad de los productos              |
| 6 Prácticas de compra responsable                    | 12 Gestión del talento           | 18 Circularidad                                 |