

**Desempeño Social y Medioambiental**

**MEMORIA 2005**



# Desempeño Social y Medioambiental

<b>1</b>	<b>Cash flow social</b>	<b>05</b>
<b>2</b>	<b>Informe de Recursos Humanos</b>	<b>09</b>
	2.1 Nuestro equipo humano	
	2.2 Políticas corporativas de dimensión global	
	2.3 Acciones 2005	
<b>3</b>	<b>Informe Social</b>	<b>25</b>
	3.1 Programas de Inversión Social	
	3.2 Programas de Fortalecimiento de la cadena de producción	
	3.3 Plataformas de diálogo	
	3.4 Abiertos a la sociedad	
<b>4</b>	<b>Informe Medioambiental</b>	<b>61</b>
	4.1 Nueva apuesta estratégica: innovar en sostenibilidad	
	4.2 Nuestro sistema de gestión ambiental	
	4.3 Plan Estratégico 2006-2010	
	4.4 Sistema de indicadores	
<b>5</b>	<b>Verificación de la auditoría de indicadores GRI</b>	<b>79</b>







**Cash flow social**

**1**

**Inditex desarrolla políticas y sistemas de gestión en los tres ámbitos de la realidad empresarial: social, económica y medioambiental, actuando con criterios de transparencia y estableciendo mecanismos de control y evaluación independientes**

El crecimiento de nuestra Organización se construye sobre la base de un compromiso renovado con nuestros grupos de interés —clientes, empleados, proveedores, accionistas socios de negocio, sociedad en general y agentes sociales—. Uno de nuestros objetivos corporativos es contribuir a la mejora de la realidad social, económica y medioambiental de nuestro entorno.

Además del impacto económico derivado de nuestras actividades de diseño, producción, logística y distribución, Inditex desarrolla programas específicos de ámbito social y medioambiental de desarrollo sostenible en los entornos en los que actúa. Creemos que nuestra responsabilidad como Organización debe ser medida por la capacidad de dar respuesta y anticiparnos a las expectativas y demandas de nuestros grupos de interés, socios de nuestro crecimiento.

En 2005 nuestra cifra de negocio alcanzó los 6.741 millones de euros, un 21% más que en el ejercicio anterior. Creamos 11.000 nuevos empleos y nos hemos establecido en cinco nuevos mercados.

## 1.1 CASH FLOW SOCIAL

Teniendo en cuenta los destinatarios de los flujos de caja generados durante el ejercicio, hemos establecido el *cash flow* social comparado de los dos últimos ejercicios fiscales, así como la variación entre ambos.

	Ejercicio 2005*	Ejercicio 2004*	Variación % 05/04
Efectivo neto recibido por la venta de productos y servicios	6.740,8	5.568,6	21
Flujo recibido de inversiones recibidas	9,9	14,6	-32
Efectivo recibido por ventas de activos	17,1	18,8	-9
<b>Total flujo de valor añadido</b>	<b>6.767,8</b>	<b>5.602,0</b>	<b>21</b>
<b>Distribución de flujo de valor añadido</b>			
Remuneración a empleados por sus servicios	1.036,6	839,5	23
Pagos de impuestos	290,9	259,0	12
Devolución de deuda financiera	97,1	37,9	156
Dividendos entregados a los accionistas	301,8	219,4	38
Inversión social corporativa	6,8	5,7	19,3
Caja retenida para crecimiento futuro	210,0	286,6	-27
Pagos realizados fuera del grupo por compra de mercancía, materias primas y servicios	4.012,8	3.258,0	23
Pagos realizados para inversiones en nuevos activos productivos	811,9	695,9	17
<b>Total distribución de flujo de valor añadido</b>	<b>6.767,8</b>	<b>5.602,0</b>	<b>21</b>
<b>*Datos en millones de euros</b>			







# Informe de Recursos Humanos



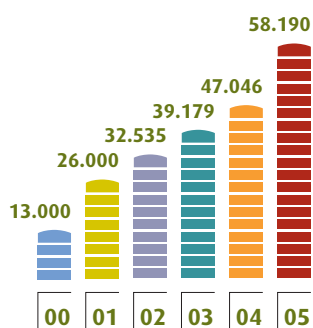


**Inditex crece con las personas de sus equipos. Contar con personas motivadas es una garantía para seguir creciendo. Para conseguir este objetivo, el Grupo busca desarrollar los canales de promoción interna y establecer un marco de relación con los empleados basado en la confianza y en la innovación**

## 2.1 NUESTRO EQUIPO HUMANO

Inditex ha creado en el ejercicio 2005 más de 11.000 empleos netos. Nuestra organización entiende el crecimiento desde una doble dimensión: por un lado, la incorporación de nuevos empleados y la creación de nuevos equipos y, por otro, el desarrollo continuo de todos los miembros de nuestro Grupo.

**DESDE EL AÑO 2000,  
INDITEX HA MULTIPLICADO  
POR CUATRO  
SU PLANTILLA**



A cierre de ejercicio, nuestra plantilla estaba compuesta por 58.190 empleados, un 23,68% más que en el ejercicio anterior. Casi la mitad de estos empleados (un 49,6%) trabaja en España, y el resto, en los demás países. La expansión internacional de Inditex se realiza a través una fórmula mixta: a través de tiendas propias y franquicias. Éstas últimas suponen un 10% del total de tiendas.

La apertura de nuevas tiendas es la principal vía de creación de empleo directo e indirecto. Sin embargo, no es la única.

En 2005 la compra de tres franquicias ha supuesto la incorporación de 668 empleados directos al Grupo. Es el caso de los empleados de 17 tiendas de Massimo Dutti en México, de dos tiendas de Pull and Bear en Irlanda y de la totalidad de los establecimientos de Zara y Bershka en Polonia.



**Nº EMPLEADOS  
POR PAÍS\***

País	2005	2004	2003	Incrementos 2005/2004
España	28.894	26.719	21.933	8,1
Portugal	4.698	3.474	3.265	35,2
Francia	3.599	3.017	2.523	19,3
México	2.682	1.890	1.723	41,9
Grecia	2.302	1.326	1.239	73,6
Reino Unido	2.273	1.752	1.449	29,7
Italia	2.236	1.055	745	111,9
Alemania	1.837	1.332	1.165	37,9
Turquía	850	575	532	47,8
Bélgica	811	690	629	17,5
Brasil	803	499	470	60,9
Japón	762	433	314	76,0
Estados Unidos	744	449	357	65,7
Venezuela	714	640	617	11,6
Polonia	561	0	0	n.a.
Canadá	513	436	341	17,7
China (inc. Hong Kong)	483	69	9	600,0
Irlanda	423	340	65	24,4
Holanda	422	386	238	9,3
Chile	418	370	367	13,0
Argentina	380	316	313	20,3
Suiza	373	291	190	28,2
Austria	323	235	179	37,4
Suecia	298	139	101	114,4
República Checa	192	107	55	79,4
Dinamarca	144	133	121	8,3
Hungría	126	99	-	27,3
Uruguay	122	112	110	8,9
Luxemburgo	75	73	70	2,7
Puerto Rico	63	59	47	6,8
Mónaco	36	0	0	n.a.
Noruega	33	30	12	10,0
<b>TOTAL</b>	<b>58.190</b>	<b>47.046</b>	<b>39.179</b>	<b>23,7</b>

*58.190 empleados en el mundo. Un incremento del 23,68% respecto a 2004*

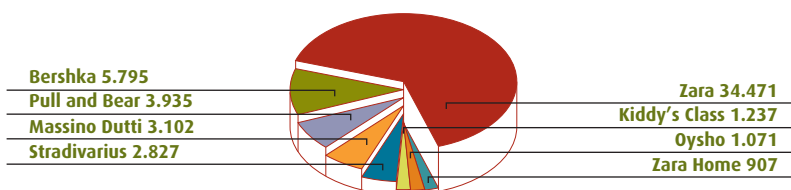
\* Se incluyen únicamente los países donde la organización tiene empleados propios. Se excluyen aquellos donde operan a través de franquicia.



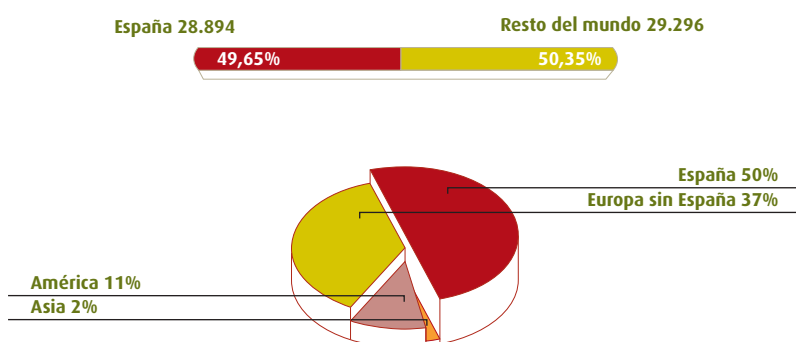


Zara sigue siendo la mayor cadena en número de empleados. Dentro de Zara, Zara España S.A. es, a su vez, la que mayor número de empleados tiene: 10.993.

### EMPLEADOS POR FORMATO COMERCIAL

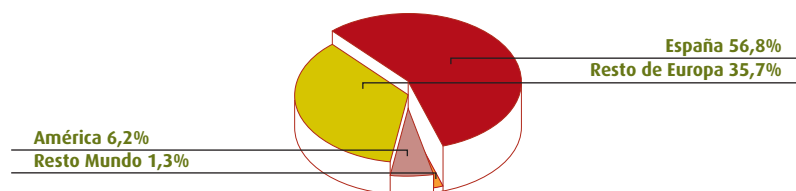


### Nº DE EMPLEADOS POR ÁREA GEOGRÁFICA



Los costes de personal se han incrementado un 23% en el ejercicio, en la misma proporción que el crecimiento de la plantilla.

### COSTES DE PERSONAL POR ÁREA GEOGRÁFICA



#### COSTES DE PERSONAL (Millones de Euros)

	2005	2004	Var% 05/04
Sueldos fijos y variables	842,5	683,4	23
Contribuciones de Inditex a los sistemas de Seguridad Social	194,1	156,1	24
<b>Total gastos de personal</b>	<b>1.036,6</b>	<b>839,5</b>	<b>23</b>

## 2.2 POLÍTICAS CORPORATIVAS DE DIMENSIÓN GLOBAL

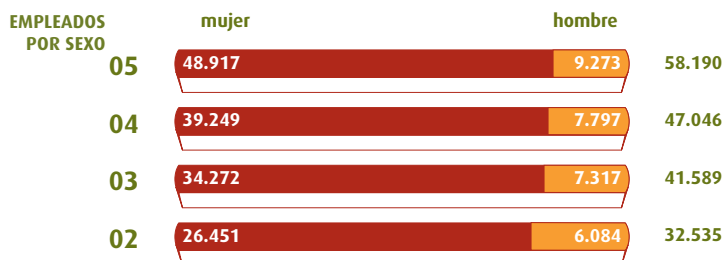
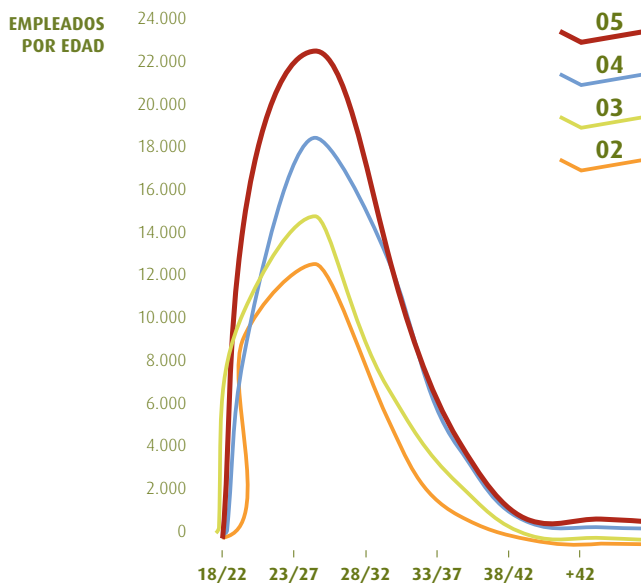
Los valores corporativos y nuestra manera de gestionar a las personas son factores decisivos para desarrollar y consolidar la organización.

Partiendo de directrices corporativas de carácter global, nos adaptamos a la realidad local de los mercados en los que actuamos y a las expectativas de los diferentes colectivos que integran nuestra organización. Esta flexibilidad, convertida en eficaz fórmula de trabajo, y el compromiso de los empleados, que asumen el negocio como propio, son la garantía de nuestro crecimiento.

## 2.2.1 MODELO DE DIRECCIÓN: LA RESPONSABILIDAD COMPARTIDA

Inditex cuenta una plantilla joven y profesional, capacitada para asumir los retos derivados del crecimiento. La mayoría de los empleados son mujeres (el 86%), y su media de edad es de 26 años. Su disponibilidad para la promoción interna y para la movilidad contribuyen al desarrollo continuo de nuestro Grupo.

La asunción de responsabilidades a todos los niveles y en todos los puestos es clave para atender en todo momento las necesidades de nuestros clientes. Una filosofía que comparte también nuestro equipo directivo. Dentro de nuestro modelo de gestión de Recursos Humanos la retribución está asociada a la consecución de resultados y al desempeño personal.



REPRESENTANTES EN COMITÉS DE SALUD, ESPAÑA	Representantes de comités de salud y seguridad	99
	Número total empleados en España	28.894
	Empleados representados	10.836 37,50%

REPRESENTANTES SINDICALES, ESPAÑA	Sindicatos	CCOO	UGT	CIG	ELA	CUT	USO	CSI	LAB	Independientes	Total general	Nº de empleados representados	% representantes / total empleados
<b>Total general</b>	<b>221</b>	<b>147</b>	<b>27</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>431</b>	<b>22.478</b>	<b>6,33</b>	

CCOO = Comisiones Obreras. UGT = Unión General de Trabajadores. CIG = Confederación Intersindical Galega. ELA = Euzko Langilleen Alkartasuna. (Solidaridad de los Trabajadores vascos). CUT = Central Unitaria de Trabajadores. USO = Unión Sindical Obrera. CSI = Central Sindical Independiente. LAB = Langile Abertzaleen Batzordeak (Comisiones de Obreros Patriotas).

## 2.2.2 PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

Para avanzar en la consolidación de la organización y de su modelo de negocio, se parte de unas directrices comunes, que rigen las políticas de Recursos Humanos:

### Respeto a los Derechos Humanos

Fomento de las políticas de igualdad, diversidad y respeto de los Derechos Humanos y Laborales Fundamentales, con medidas que eviten cualquier tipo de discriminación. Ninguna política de Recursos Humanos, incluidas aquellas que afectan a la retribución, establece diferencia alguna entre los empleados, ni en función de sus circunstancias personales ni en función de su tipo de contrato. Así, por ejemplo, los beneficios sociales de los empleados a tiempo parcial y a tiempo completo son idénticos.

### Trato digno y justo

Es uno de los valores de nuestro modelo de dirección. Una estructura poco jerarquizada y la orientación a las personas garantiza la relación directa y casi cotidiana con los empleados y el intercambio continuo de opiniones. Cualquier empleado puede acceder a instancias superiores en caso de disconformidad con decisiones adoptadas por su responsable inmediato.

### Contratación estable y fórmulas flexibles

Uno de nuestros objetivos es ofrecer diversos puestos con distintos horarios y facilitar, en la medida de lo posible, turnos estables de trabajo. Fomentar el tiempo parcial es una de estas prácticas. Cada vez más empleados se acogen a esta fórmula, buscando compaginar el trabajo con estudios, ocio o familia. En 2005 la contratación a tiempo parcial representa el 56%, mientras que en 2004 fue del 48%. La elección de horario es un factor especialmente importante para los candidatos interesados en trabajar en una tienda, teniendo en cuenta que el 79% de los nuevos puestos de trabajo en tienda que ofertó Inditex en 2005 fueron a tiempo parcial.



### Diálogo social

Se respeta el derecho de libertad sindical favoreciendo la participación de los empleados de acuerdo con la legislación de cada país. En este sentido, avanzamos en la firma de un acuerdo de colaboración con las Federaciones Sindicales Mundiales *UNION NETWORK* y la *International Textile Garment Leather Workers Federation (ITGLWF)*.

### Un entorno seguro y saludable

Velar por la salud y la seguridad de nuestros empleados es nuestra prioridad. A finales del 2004 se aprobó un plan estratégico, cuya duración abarcará el bienio 2005-2006, para la formación en prevención de riesgos laborales y medio ambiente de todos los empleados de España. Durante el 2005 se formaron más de 4.000 empleados de las tiendas de Zara en España en 130 sesiones formativas realizadas, que abordan materias como los planes de emergencia, primeros auxilios, riesgos en el puesto de trabajo y buenas prácticas medioambientales. Entre 2005 y 2006 se impartirán un total de 35.000 horas de formación. Está previsto también que a lo largo de 2006 se extienda a otros colectivos.

En España se dispone de un Servicio de Prevención Propio Mancomunado cumpliendo con la normativa legal. Este organismo establece las relaciones con los representantes de los trabajadores con la periodicidad y formalidades que establece la ley. El 37,50 % de los empleados en España están representados en Comités de Salud.

### Gestión del talento y promoción interna

A través de políticas de formación y compensación, Inditex identifica y busca retener a los empleados con potencial directivo. La promoción interna asegura la cobertura máxima de posiciones clave para Inditex.

### Formación corporativa

Completa los planes locales desarrollados por cada país y cada responsable de centro. Esta formación permite integrar a los empleados en la cultura organizativa, construyendo una visión de grupo, desde una dimensión plurinacional y respetando la diversidad. A través de una estrategia multicanal y con programas a medio plazo, se accede a los empleados en su puesto de trabajo o en sus hogares. El acuerdo de Inditex con el Instituto Cervantes se enmarca en esta política.



### APRENDER ESPAÑOL DESDE CUALQUIER LUGAR DEL MUNDO

En virtud del acuerdo de colaboración firmado el 2 de enero de 2006 con el Instituto Cervantes, Inditex se convierte en aliado estratégico para la difusión y aprendizaje del español entre sus empleados en el mundo.

Los empleados tendrán acceso a métodos y herramientas lingüísticas desarrolladas por el Instituto tales como el Curso de español por Internet (Aula Virtual de Español-AVE). El alumno sigue el curso desde su domicilio con un ordenador.

El conocimiento del español favorecerá su integración y desarrollo profesional, facilitando su acceso a una mayor oferta de puestos de promoción interna. Para el año 2006 el departamento de formación de Inditex financiará un total de 2.000 licencias para impulsar el lanzamiento de este proyecto corporativo, entre las distintas filiales de habla no hispana que integran el Grupo.

### Comunicación abierta y directa

Los principales canales de comunicación de Inditex con sus empleados son: la revista interna (IN) y la Intranet (accesible para los empleados de los grandes centros de trabajo en España que operan con un equipo informático: aproximadamente, 2.000 personas), además de los soportes físicos en diversos formatos que se hacen llegar al empleado a su puesto de trabajo, ya sea vía fax, con avisos directos en la pantalla del ordenador o por correo interno.

**La revista 'IN'.** Es el principal canal de comunicación de la Dirección de Inditex y de todas sus sociedades con los empleados de todo el mundo. Se distribuye personalizada a los centros de trabajo. En este ejercicio se han editado cuatro números. Desde el 1 de diciembre de 2005 se ha incorporado una nueva edición en lengua italiana a las cinco ya existentes (español, inglés, francés, portugués y alemán). Del último número del ejercicio se publicaron 59.000 ejemplares. Es un canal abierto a las opiniones y sugerencias de los empleados en secciones específicas para este fin.

Además de este canal, Inditex lleva a cabo campañas de comunicación interna y de participación sobre diversos temas asociados al negocio.

En el ejercicio 2005 ha habido dos ocasiones de comunicación de la alta dirección con todos los empleados: la felicitación de Navidad del Presidente, que se incluye en el número de Navidad de la revista, y la presentación del Vicepresidente y Consejero Delegado, Pablo Isla, a través del editorial del número de junio.



## Difusión internacional de las ofertas de empleo

Conseguir los mejores candidatos respetando los principios de no discriminación e igualdad de oportunidades es uno de nuestros principales objetivos. El compromiso con el candidato es ofrecer información completa sobre la localización de los centros de trabajo, las funciones de los puestos, las posibilidades de desarrollo profesional y la máxima variedad de opciones acorde con su disponibilidad e intereses. La centralización de los procesos de selección le permite elegir entre las ofertas de todas nuestras cadenas y beneficia a nuestra gestión interna. El portal de empleo de Inditex se ha desarrollado y consolidado como el principal vehículo de comunicación y gestión de reclutamiento.

### El portal internacional de empleo [www.inditexjobs.com](http://www.inditexjobs.com)

Es la principal herramienta corporativa de selección, donde se publican y se gestionan las ofertas de empleo. Está disponible en 16 idiomas.

Todos los responsables de Recursos Humanos utilizan esta aplicación para gestionar a los candidatos en procesos de selección. Esta herramienta la comparten 25 países.

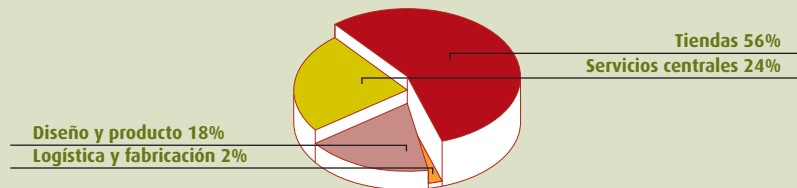
A 31 de enero de 2006, en el portal de empleo de Inditex se recogían 443.068 referencias profesionales. Durante el ejercicio de 2005 se gestionaron a través del portal 1.352 procesos de selección, para todas las cadenas y países.

Nuevos usuarios dados de alta: 11.000 al mes

Suscripciones (el candidato selecciona una oferta de empleo): 20.912 al mes

Visitas: 141.690 al mes.

### CANDIDATOS POR ÁREA DE ACTIVIDAD. DATOS INDITEXJOBS



### Confidencialidad en los procesos de selección

El Grupo ha realizado un estudio de la legislación en vigor en los diferentes países, tanto en materia de protección de datos de carácter personal como de política de no discriminación, y, a partir del mismo, ha adoptado las medidas oportunas para su cumplimiento.

### Desarrollo de nuevas plataformas de información en red

Para anticipar las necesidades derivadas del crecimiento de la organización —mayor número de tiendas, dispersión geográfica y decisiones rápidas—, el Grupo trabaja en el desarrollo de nuevos sistemas informáticos y de telecomunicaciones. Actualmente, la Intranet (Inditexnet) es el principal canal de comunicación entre empleados de Inditex en España. En 2005 ha aumentado el número de visitas en un 18%. Dirigido a los equipos que trabajan en tienda, el gran proyecto para 2006 es la implantación de un portal de servicios en todas las tiendas, empezando por España. Esta plataforma, que se extenderá a todos los países, permite la conexión con otras áreas del Grupo a través de un terminal de pantalla táctil ubicado en el área de la caja central de la tienda.

A lo largo de 2005 se ha trabajado en periodo de prueba en el desarrollo de las funcionalidades de este sistema. El programa, abierto y bidireccional, contribuirá significativamente a mejorar la comunicación con la tiendas y a disponer de información actualizada de forma permanente, reduciendo considerablemente los ciclos de recepción y entrega de documentación.

### Colaboración con organismos e instituciones

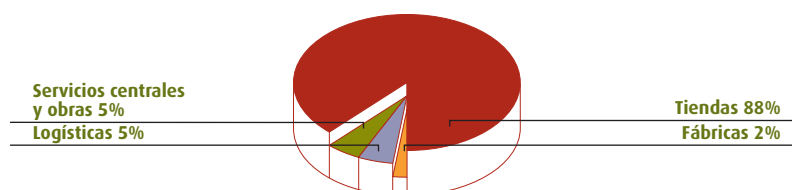
En contacto con prestigiosas escuelas de negocio internacionales, la Dirección de Recursos Humanos selecciona jóvenes con perfil directivo, que se incorporan a programas de desarrollo en proyectos de dimensión internacional. La colaboración es especialmente importante en dos áreas:

- Proyectos orientados a participar en las bolsas de empleo que ofrecen las escuelas de negocio, para formar un núcleo de profesionales especializados en diversas áreas.
- Acuerdos con las escuelas de negocio con mayor proyección global para formar a directivos con un perfil internacional. El programa de formación se concreta en un año de preparación continuada, tanto en filiales como en áreas corporativas de la Compañía.

## 2.3 ACCIONES 2005

La tienda es el centro del modelo Inditex, el punto de encuentro con el cliente (ver Libro I, *Desempeño Económico*, capítulo 2). El 89% de los empleados del Grupo está vinculado a la actividad comercial, bien trabajando directamente en un establecimiento, bien supervisando y prestando apoyo a los encargados desde la dirección comercial.

### TOTAL EMPLEADOS POR ACTIVIDAD



El resto de la organización se orienta a cubrir las necesidades de las tiendas. Es el escenario de trabajo de las áreas de logística y fabricación y también de los servicios centrales de Inditex y de las cadenas, donde se incluye la Dirección de Recursos Humanos. Además de impulsar políticas corporativas con carácter global, Recursos Humanos realiza acciones enfocadas a cada colectivo de empleados, según su actividad. En este apartado se detallan algunas de las iniciativas desarrolladas en el ejercicio clasificadas por cada colectivo:

## 2.3.1 EL EQUIPO DE TIENDA

Ante la apertura de nuevos establecimientos, Inditex cuenta para crecer, de forma esencial, con los propios empleados. La promoción interna es el principal recurso de expansión.

### Identificación de potencial y promoción interna

Los profesionales de la Dirección de Recursos Humanos trabajan para evaluar las capacidades de los equipos de las tiendas en el día a día e identificar las personas que quieren y pueden promocionar. Este objetivo se canaliza a través de los programas corporativos de identificación de potencial. A largo del año 2005, más de 1.200 personas en el mundo fueron incorporadas al Programa de Desarrollo de tiendas con el objetivo de promocionar a puestos de responsabilidad en la tienda (coordinación, responsable de área, segundo de tienda o encargado). Cabe destacar el ejemplo de Italia que a lo largo del 2005 incorporó más de 130 personas en el Programa para poder cubrir sus necesidades de crecimiento o el ejemplo de Francia que con más de 210 empleados de tienda identificados es uno de los países con el porcentaje más alto de personas en el Programa de Desarrollo sobre su plantilla total (6%). Disponer de los recursos capacitados, en especial encargados, permite a la organización mantener su agilidad y eficacia en la apertura de nuevas tiendas.

Además del programa de identificación de potencial, la promoción interna en el Grupo se apoya en un sistema de publicación de vacantes en las tiendas, para candidaturas espontáneas. Este sistema mixto ha permitido a Zara España cubrir el 98% de los puestos de nueva creación en tienda a través de la promoción interna.

La tienda actúa también como cantera de otros departamentos, en especial de las áreas de Servicios Centrales en las filiales y en España. En 2005 un 39% de los nuevos puestos creados en el departamento de diseño de producto de Zara han sido ocupados por personal de las tiendas de España y otros países.





### **El primer contrato**

Para gran parte de los dependientes que se incorporan a nuestras tiendas, ésta es su primera experiencia laboral. En España, donde el Grupo concentra la mitad de sus empleados, Inditex lleva a cabo todos los años la incorporación de alumnos en prácticas que provienen de Ciclo de Grado Medio de Comercio o de organismos relacionados con los Planes de Garantía Social y con las acciones de colocación de colectivos minoritarios. En 2005 se formaron 738 alumnos, de los que el 15% se incorporaron a la compañía al finalizar sus estudios. En total, 200 centros educativos han participado en este proyecto.

En los procesos de selección para tiendas de España se ha contactado a 43.366 personas y se han realizado 17.966 entrevistas a candidatos con y sin experiencia laboral previa.

### **Formación práctica y continua**

La formación de los encargados en la gestión de personas es uno de los objetivos para 2006, como consecuencia de la rápida promoción de muchos de ellos. Un programa de contenido práctico se desarrollará durante los dos próximos años para orientar a los encargados en su función como responsables de un equipo humano.

El reto de 2006 consiste en trasladar el estilo de dirección de la compañía a través de todos los encargados como un modelo único y diferencial de gestión de personas.

Para los dependientes, gran parte de la formación se desarrolla en el propio puesto de trabajo, contando con un tutor de soporte que realiza la orientación y seguimiento. Tanto los encargados como los tutores disponen de un material de apoyo en la propia tienda para ayudar a la formación, tanto en conocimientos sobre procedimientos de trabajo, producto, atención al cliente, como en actitudes.

Las campañas periódicas de comunicación, dirigidas a la red comercial, persiguen un doble objetivo: en primer lugar, dar a conocer nuevos productos o servicios desarrollados nuestras marcas para facilitar la venta y, en segundo lugar, mejorar la atención al cliente mediante la facilitación de argumentos de venta y un amplio conocimiento del producto. En este sentido, son destacables dos iniciativas desarrolladas durante 2005: la elaboración de los catálogos de tendencias, que se preparan cada temporada y van destinados a los encargados de las tiendas —vigente en la actualidad en todas las tiendas de Zara y Massimo Dutti—, y la campaña de lanzamiento del nuevo concepto comercial de Zara Man, centrado en un conocimiento profundo del producto y de los tejidos para una mejor atención al cliente, que desencadenó acciones formativas en todas las tiendas de Zara.



## 2.3.2 EL EQUIPO DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y FÁBRICAS

Uno de cada siete empleados trabaja en un centro de distribución o en una fábrica en España. La logística y distribución experimentará en los próximos cinco años un gran crecimiento con la creación de nuevos centros. Para seguir el crecimiento del negocio —nuevas tiendas, nuevos modelos, mayor número de unidades—, los procesos de trabajo se revisan continuamente. Uno de los objetivos de Recursos Humanos es introducir mejoras en las condiciones laborales de estos colectivos, en especial en lo que respecta a la conciliación de la vida familiar y profesional y la salud laboral.

### Prevención de riesgos laborales

Más allá de las acciones exigidas por la normativa legal vigente, Inditex promueve la mejora de las instalaciones y de las condiciones de trabajo al tiempo que promueve campañas de salud. Este año se ha realizado un estudio ergonómico en los centros logísticos del Grupo para todos los puestos y se han llevado a cabo campañas de salud dirigidas a empleados de fábricas y de los centros logísticos para participar en reconocimientos médicos o para dejar de fumar.

### Conciliación de la vida laboral y familiar

Para los colectivos de fabricación y de logística se han introducido medidas sociales como la posibilidad de acumulación de las horas de lactancia en días a continuación de la baja de maternidad, la posibilidad de acumulación de las vacaciones a continuación de la baja de maternidad y ayudas al gasto de guarderías, material escolar, hijos discapacitados o por nacimiento de hijo e hijo a cargo.

### Formación para la promoción interna

Más allá de la formación específica en habilidades relacionadas con el puesto de trabajo actual, se ofertan a los empleados cursos para mejorar sus conocimientos para optar a otros puestos. En todos los centros se puede acceder a la formación en materias como informática o inglés.





## 2.3.3 SERVICIOS CENTRALES

En los Servicios Centrales de Inditex, tanto de las cadenas como de las filiales, trabajan profesionales, en su mayoría titulados superiores, desarrollando funciones comerciales (en las áreas de Diseño y Producto) o de soporte al negocio (Finanzas, Obras, Inmuebles, Recursos Humanos, etcétera).

### Un equipo internacional

En las sedes centrales de los formatos en España trabajan más de 2.600 profesionales de 30 nacionalidades distintas. Para desarrollar nuevos mercados contamos con expertos locales, que se incorporan a nuestras filiales en el país, o equipos que se trasladan desde España.

### Diseñadores y compradores, perfiles clave

El equipo de Diseño y Comercial, que realiza la creación de nuestras colecciones y que gestiona la compra de artículos, es un colectivo crítico para mantener nuestro diferencial competitivo de diseño de moda. En la búsqueda de jóvenes talentos se han realizado proyectos de colaboración con escuelas superiores de diversos países y tutorizado proyectos de fin de carrera.

### Dirección por objetivos

A escala internacional casi 2.000 personas del personal de Servicios Centrales están incluidos en un programa de revisión anual de desempeño y desarrollo profesional sobre la base de la Dirección por Objetivos.













**Informe Social**

**3**



**Inditex impulsa proyectos plurinacionales destinados a mejorar la realidad socio-económica de las comunidades con las que interactúa. Busca el respeto a los Derechos Humanos y la mejora de las condiciones laborales en cualquier ámbito de su desempeño. Colabora con instituciones y entidades sin ánimo de lucro que intervienen con criterio independiente para aportar su rigor y experiencia en la validación de proyectos sociales**



## 3.1 PROGRAMAS DE INVERSIÓN SOCIAL

Inditex colabora en programas de inversión social gestionados por Organizaciones No Gubernamentales, participando activamente en la definición y seguimiento de los proyectos. Estos programas están orientados a promover la educación como motor de cambio social para construir sociedades basadas en el respeto y la igualdad y a la creación de capital social mediante la formación de personas comprometidas con su entorno que actúen como dinamizadores del cambio para mejorar sus derechos y oportunidades.

A través de los programas de emergencias, el Grupo participa en la atención a las víctimas de catástrofes, ofreciendo ayuda desde el principio y desarrollando proyectos de sostenibilidad a medio y largo plazo. Nuestra inversión social se completa con la participación en actividades divulgativas y de investigación en diversos ámbitos como la cultura, la salud y la educación, siempre desde una dimensión internacional.

*La inversión social se ha duplicado en los últimos años*

TIPO DE PROYECTO (en euros)			2005	2004	2003
Desarrollo comunitario	Fundación Entreculturas	Argentina	221.112	212.629	162.684
		Brasil	431.704	347.441	145.135
		Perú	1.120.421	1.020.361	934.075
		Venezuela	780.269	721.449	760.860
		Centroamérica	-	-	136.609
<b>Subtotal</b>			<b>2.535.506</b>	<b>2.301.880</b>	<b>2.139.363</b>
	Fundación Carolina		180.030	180.212	120.020
	Unirisco		100.000	500.000	-
	Fundación Privada El Molí d'en Puigvert		-	-	-
<b>TOTAL DESARROLLO COMUNITARIO</b>			<b>2.833.536</b>	<b>2.982.092</b>	<b>2.259.383</b>
Emergencias	Cruz Roja	Singra	1.000.000	600.000	400.000
		Tsunami	1.000.000	1.000.000	-
		Bangladesh	72.542	-	-
<b>TOTAL EMERGENCIAS</b>			<b>2.072.542</b>	<b>1.600.000</b>	<b>400.000</b>
Capital social	Perú, Marruecos y Bangladesh		178.345	341.142	
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL</b>			<b>178.345</b>	<b>341.142</b>	
Patrocinio y mecenazgo	Colecciones de arte		50.279	57.070	57.071
	Cultura y deporte		359.970	669.726	398.473
	Formación		167.864	75.000	-
	Promoción empresarial		153.855	8.000	-
	Salud-Investigación médica		873.004	-	-
	Ayuda social		116.310	-	-
<b>TOTAL PATROCINIO</b>			<b>1.721.282</b>	<b>809.796</b>	<b>455.544</b>
<b>TOTAL</b>			<b>6.805.705</b>	<b>5.733.030</b>	<b>3.114.927</b>

## 3.1.1 PROGRAMAS DE DESARROLLO COMUNITARIO

Estos programas promueven la educación y el aprendizaje como fórmulas para favorecer el desarrollo en aquellas comunidades en donde Inditex lleva a cabo su actividad. Se articulan a través de cuatro ejes institucionales: La Fundación Entreculturas Fe y Alegría, la Fundación Carolina, la sociedad de capital riesgo Unirisco y la Fundación el Molí d'en Puigvert.

### A. FUNDACIÓN ENTRECULTURAS FE Y ALEGRÍA

([www.entreculturas.org](http://www.entreculturas.org)/[www.feyalegria.org](http://www.feyalegria.org))

Inditex colabora con diversos proyectos educativos y sociales de la organización Entreculturas Fe y Alegría. Las campañas que se detallan a continuación (tres proyectos en Argentina, dos en Brasil, uno en Venezuela y seis en Perú), tienen como referencia los seis objetivos del texto aprobado por el Foro Mundial sobre la Educación que la UNESCO presentó a la comunidad internacional en Dakar, del 26 al 28 de abril de 2000. Cada proyecto debe respaldar al menos uno de los puntos.

#### Los seis objetivos del Foro Internacional sobre la Educación de la UNESCO

##### Primero

Extender y mejorar la educación integral de la primera infancia, especialmente a los niños y niñas más vulnerables y desfavorecidos.

##### Segundo

Velar para que, en 2015, todos los niños y niñas y, en especial, aquéllos que pertenezcan a minorías étnicas vulnerables, tengan acceso a una enseñanza primaria de calidad, gratuita y obligatoria.

##### Tercero

Velar para que las necesidades de aprendizaje de todos los jóvenes y adultos sean atendidas a través de programas de formación que les posibiliten una adecuada incorporación a la vida activa.

##### Cuarto

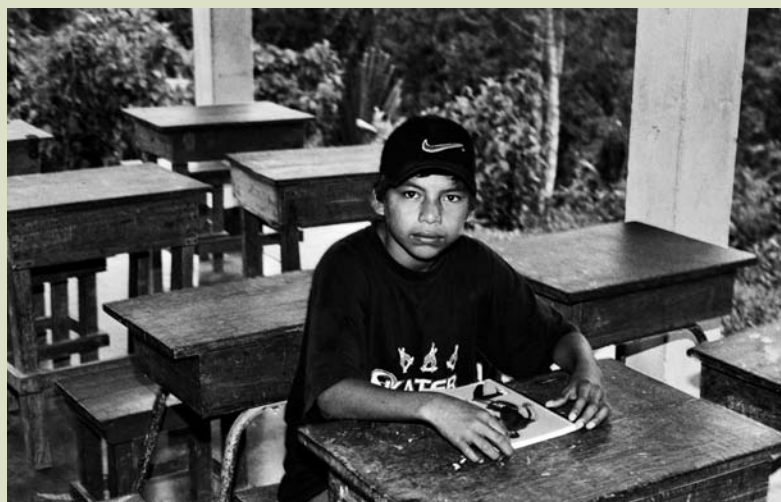
Aumentar en un 50% el número de adultos alfabetizados, mediante un acceso equitativo a la educación básica, antes de 2015.

##### Quinto

Eliminar la disparidad de género en los ciclos de primaria y secundaria, en 2005. Alcanzar una situación educativa igualitaria, garantizando a las niñas el acceso pleno y equitativo a una educación básica y de calidad, antes de 2015.

##### Sexto

Mejorar aspectos cualitativos de la educación, tales como la lectura, la escritura, la aritmética y las habilidades básicas para la vida.





## **ARGENTINA**

Inditex ha apoyado tres proyectos educativos dirigidos a regiones del norte del país y orientados a la población más joven que sufre, en gran medida, la falta de empleo y de oportunidades. Se ha incidido, de forma prioritaria, en los objetivos segundo y tercero del marco de acción de Dakar.

**Duración del proyecto:** 12 meses.

**Beneficiarios:** 702 niños y jóvenes.

**Aportación de Inditex en el ejercicio:** 221.112 €.

**Presupuesto consumido:** 85.788 €.

**Presupuesto periodificado 2005-06:** 135.324 €.

### **Proyecto I.**

#### **Ampliación de la cobertura educativa en el centro de formación del barrio de Alberdi (Resistencia) para 140 niños y niñas de zonas marginales.**

El barrio de Alberdi es una de las zonas más deprimidas de Argentina. Casi el 60% de la población que allí reside vive en situación de pobreza. La mayor parte de ellos proceden de zonas rurales de Argentina y Paraguay. Aunque la educación primaria está prácticamente garantizada en la zona, existen altas tasas de abandono y fracaso escolar. Además, menos del 10% de la población escolarizada accede a la educación secundaria. El objetivo de este proyecto es mejorar esta situación. Para lograrlo, se amplió el centro educativo de Fe y Alegría en los ciclos de formación secundaria. La iniciativa ha beneficiado directamente a 140 niños, niñas y jóvenes, de edades comprendidas entre los 13 y los 17 años, que tendrán acceso a mejores oportunidades laborales y económicas.

Fe y Alegría se ha especializado en programas de formación en los ciclos educativos correspondientes al bachillerato agropecuario. En este contexto, Inditex ha financiado dos de sus proyectos en la localidad de Taco Pozo, al oeste de la provincia de Chaco.

### **Proyecto II.**

#### **Formación técnica y agropecuaria para jóvenes de Taco Pozo (Chaco).**

Taco Pozo es actualmente una de las zonas que presenta un mayor índice de pobreza en el noroeste argentino. Inditex ha apoyado la creación de una escuela secundaria con orientación agropecuaria para capacitar a los jóvenes y dinamizar la zona económicamente. A lo largo de 2005 se ha completado la educación de 459 alumnos en formación hortícola y gestión de ganado caprino.

### **Proyecto III.**

#### **Dotación de espacios educativos de formación técnica y agropecuaria para jóvenes de Taco Pozo (Chaco).**

La labor de Fe y Alegría en esta provincia se completó en 2005 con la construcción de dos aulas y cuatro espacios educativos. Gracias a la aportación económica de Inditex, más de un centenar de alumnos y alumnas, de edades comprendidas entre los 15 y los 17 años, recibieron educación técnica y agropecuaria.

## BRASIL

Inditex colabora en diversos proyectos educativos para mejorar la inclusión social de la población que vive en zonas suburbanas y rurales del país. Los programas están directamente relacionados con los objetivos primero y tercero del marco de acción de Dakar.

**Duración del proyecto:** 12 meses.

**Beneficiarios:** 640 niños, niñas y jóvenes.

**Aportación Inditex en el ejercicio:** 431.704 €.

**Presupuesto consumido:** 227.044 €.

**Presupuesto periodificado:** 204.660 €.

### **Proyecto I.** **Propuesta educativa para la inserción social en el asentamiento de Nova Esperança (Vitoria).**

El barrio de Nova Esperança es uno de los más pobres del área periférica de la ciudad de Vitoria, en el Estado de Espírito Santo. Fe y Alegría trabaja en esta zona desde 2001. Este proyecto educativo brindará la oportunidad de recibir una educación básica a 120 niños y niñas menores de seis años con familias de escasos recursos. También desarrollará actividades formativas, deportivas y culturales para más de 160 adolescentes.

Para ello, se construirán diversas instalaciones:

- Un centro de educación infantil, que acogerá a niños y niñas de cuatro a seis años.
- Una cancha deportiva, dos salas para actividades culturales y una biblioteca.
- Un centro de capacitación profesional y generación de renta.

*Niños en una escuela rural de las comunidades Eñepá y Hoti en San José de Cañamá, en Estado Bolívar (Venezuela)*



### **Proyecto II.** **Formación profesional agropecuaria para jóvenes en Laranja da Terra (Espírito Santo).**

El municipio agropecuario de Laranja da Terra, en el estado de Espírito Santo, se ve expuesto con frecuencia a periodos de sequía y presenta uno de los índices de Desarrollo Humano más bajo de la región. El proyecto se ha diseñado para mejorar, a través de la formación de los jóvenes, las posibilidades agropecuarias de la ciudad. Contempla programas de capacitación técnica agropecuaria y la coordinación de actividades relacionadas con la mejora de la producción de pequeños productores en la zona. Cerca de 260 jóvenes se beneficiarán de estas iniciativas.



## VENEZUELA

A lo largo de 2005, Inditex ha participado en un proyecto educativo con poblaciones de zonas rurales y urbano-marginales en Venezuela. Sus actividades están directamente relacionadas con los objetivos primero y tercero del Marco de acción de Dakar.

**Duración del Proyecto:** 12 meses.

**Beneficiarios:** 635 niños, niñas, docentes, madres y padres.

**Aportación de Inditex en el ejercicio:** 780.269 €.

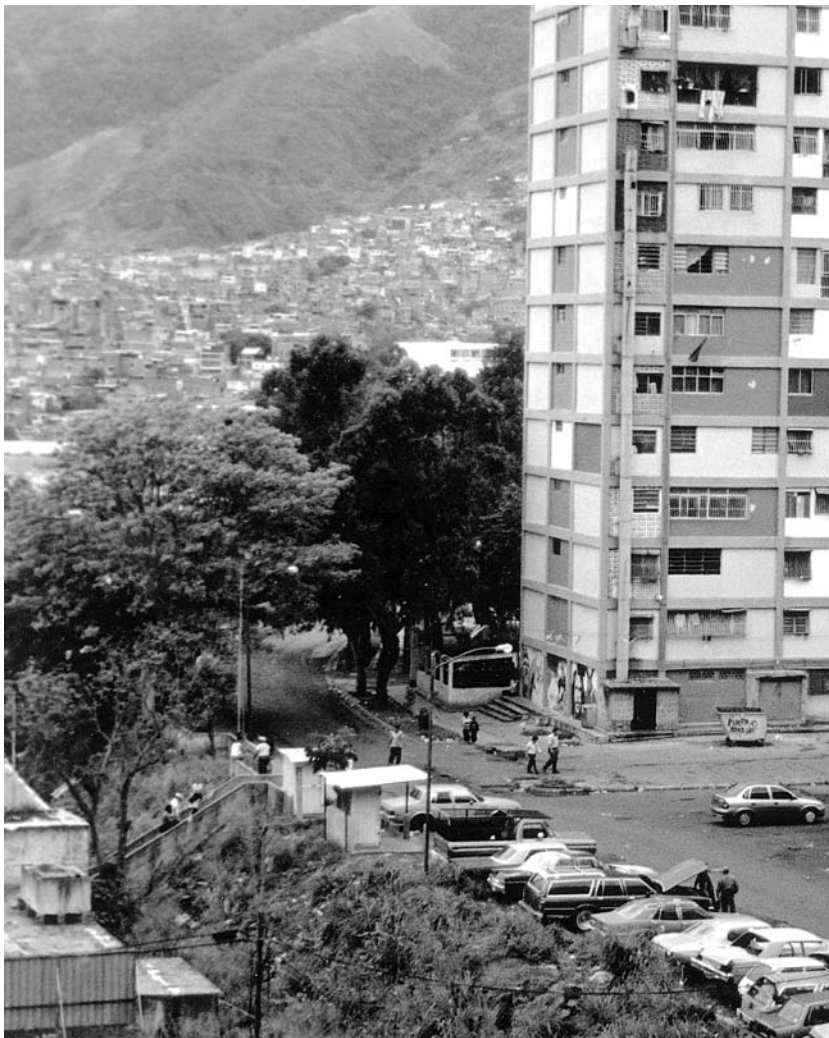
**Presupuesto consumido:** 394.663 €.

**Presupuesto periodificado:** 385.605 €.

### **Proyecto I. Formación para el trabajo en dos colegios de barrios marginales de Valencia y Maracay.**

Los barrios marginales de Valencia y Maracay son un claro ejemplo de la situación de pobreza que viven algunas zonas de Venezuela. Por este motivo, Inditex ha apoyado la construcción de talleres, la dotación de equipos en zonas marginales y el desarrollo de programas actualizados para el ciclo de formación secundaria. A través de este proyecto, 635 jóvenes tendrán acceso a una capacitación que les permita el acceso a una vida digna.

*Imagen del barrio Catia,  
una de las zonas  
marginales de Caracas,  
donde se desarrolló uno  
de los programas de  
acción del equipo de  
Responsabilidad Social  
Corporativa de Inditex*



## PERÚ

Las inversiones educativas de Perú no alcanzan, en muchos casos, a las áreas marginales. Inditex colabora con Fe y Alegría para cambiar esta realidad y ofrece oportunidades de acceso a la educación de calidad a los más necesitados. De esta forma, cumple los objetivos primero, segundo, tercero y sexto del marco de acción de Dakar.

**Duración del proyecto:** 12 meses.

**Beneficiarios:** 29.031 niños, niñas, docentes, madres y padres.

**Aportación de Inditex en el ejercicio:** 1.120.421 €.

**Presupuesto consumido:** 587.121 €.

**Presupuesto periodificado:** 533.300 €.

### Proyecto I.

#### Ampliación de la cobertura educativa en zonas marginales de Lima y Tacna.

En las afueras de Lima y en los asentamientos marginales de zonas como Tacna se dan algunos de los casos de pobreza y analfabetismo más graves de todo el país. Para un gran número de niños y niñas en edad escolar, los centros de Fe y Alegría son su única alternativa. En estas circunstancias, el proyecto plantea la remodelación de tres escuelas en Lima y una en Tacna. Los centros tendrán capacidad para acoger a más 1.030 alumnos por año.

### Proyecto II.

#### Fortalecimiento de la oferta educativa de formación profesional en Piura, Iquitos y Arequipa.

Este proyecto incluye la construcción de dos talleres técnicos, en Piura e Iquitos, y dos laboratorios, en Ica y Arequipa, para que 481 jóvenes puedan acceder a estudios profesionales. A través de esta iniciativa se contribuirá a la inserción laboral de estos alumnos procedentes de algunas de las zonas más deprimidas de Perú.

### Proyecto III.

#### Programa de atención a niños, adolescentes y jóvenes en riesgo social de varios departamentos.

Gracias a este proyecto, se impulsará la actividad de nueve instituciones socioeducativas, con programas educativos, sanitarios y psicológicos en los departamentos de Piura, Chiclayo, Lima, Ayacucho, Cusco, Tacna e Ilo. A través de estos centros se atenderá a 2.300 niños y jóvenes en situación de riesgo .

*Colegio Fe y Alegría en Piura (Perú)*

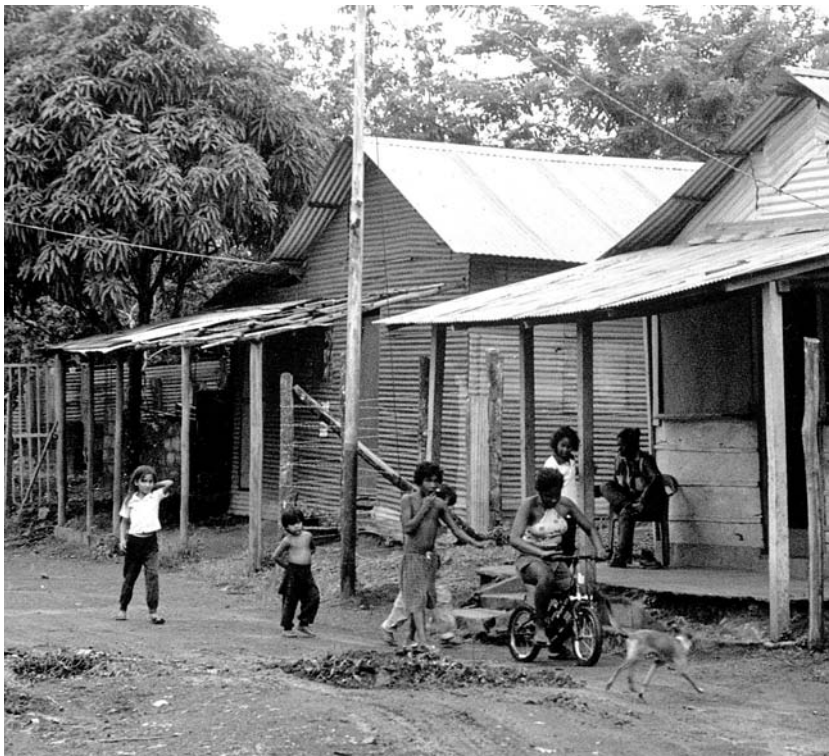




#### **Proyecto IV. Fortalecimiento de la red educativa del Vicariato de Jaén.**

El Vicariato de Jaén, en la zona nororiental de Perú, se extiende por tres áreas: la zona campesina, que comprende las provincias de Jaén y San Ignacio, en el departamento de Cajamarca; la zona de la selva, en el departamento de Amazonas; y los distritos de Armango e Imaza (provincia de Bagua). La extensión total de la zona es de 32.572 kilómetros cuadrados y su población ronda el medio millón de habitantes. Muchos de ellos viven en comunidades con un umbral de renta muy baja. El proyecto incluye la creación de programas de formación para padres, indígenas Awajun y Wampis, y programas formativos en 25 colegios y 8 centros educativos ocupacionales de la red educativa del Vicariato de Jaén. Sus beneficiarios son 480 personas, entre docentes, directores de colegios y padres de familia.

*Casas campesinas del Vicariato de Jaén, en donde se ha llevado a cabo uno de los programas de formación y capacitación de padres de familia de la zona*



#### **Proyecto V. Atención y mejora de la educación especial de 15 instituciones integradas en Fe y Alegría.**

Desde hace tres años, la red de colegios de Fe y Alegría en Perú está comprometida con el desarrollo educativo de los niños y niñas con limitaciones cognitivas, motoras y sensoriales. Este proyecto pretende crear una escuela para alumnos y alumnas con dificultades educativas que facilite su integración educativa, laboral y familiar. Inditex ha financiado la puesta en marcha 15 instituciones para la formación de docentes y en la creación de 13 aulas sensoriales y 13 bibliotecas. Las instalaciones acogerán a 4.308 alumnos y alumnas con necesidades educativas especiales.

#### **Proyecto VI. Formación universitaria de jóvenes y docentes.**

Inditex ha colaborado con la Universidad Antonio Ruiz de Montoya (Lima) a través de un programa de becas universitarias, destinadas a 15 alumnos de Fe y Alegría y a 80 maestros y maestras en ejercicio.

## **B. FUNDACIÓN CAROLINA** ([www.fundacioncarolina.es](http://www.fundacioncarolina.es))

**Aportación de Inditex 2005:** 180.030 €.

La Fundación Carolina, constituida en el año 2000, tiene como objetivo fundamental la promoción de las relaciones culturales y la cooperación internacional en los ámbitos educativo y científico entre España y los países de la Comunidad Iberoamericana de Naciones, así como con aquellos otros a los que le unen especiales vínculos de carácter histórico, cultural o geográfico.

Los principios de la organización son la calidad, la excelencia, la imparcialidad y el rigor en la selección de los beneficiarios, la solvencia académica de las instituciones con las que colabora y una decidida apuesta por la cooperación.

### **I. Programa de formación**

Facilita la ampliación de los estudios en España de titulados universitarios, profesores, investigadores y profesionales iberoamericanos. Cada año convoca más de 1.300 becas y ayudas a través de tres modalidades de becas:

- Postgrado.
- Doctorado y financiación de estancias formativas inferiores a un año.
- Programas de formación permanente.

### **II. Programas de investigación**

Estas ayudas a la investigación y el desarrollo se convocan anualmente y están gestionadas por el Centro de Estudios para América Latina y la Cooperación Internacional (CeALCI). Abarcan cuatro líneas de investigación:

- Estudios sobre América Latina.
- Relaciones económicas internacionales.
- Políticas públicas.
- Calidad de la ayuda al desarrollo.

### **III. Programa internacional de visitantes**

Se dirige a personas y grupos relevantes, con proyección de futuro en sus respectivos países. El objetivo es que conozcan la realidad española y establezcan contactos con personalidades e instituciones españolas de su ámbito de interés. Se articula a través de las iniciativas:

- Becas Líder.
- Líderes hispanos en Estados Unidos.
- Jóvenes políticos iberoamericanos.
- Mujeres líderes iberoamericanas.

### **IV. Programa de responsabilidad social de las empresas**

Su objetivo es sensibilizar sobre la importancia de establecer mecanismos de concertación en los modelos de gestión de las empresas e incorporar perspectivas de justicia, igualdad y solidaridad para contribuir a un desarrollo sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental.

## **C. UNIRISCO** ([www.unirisco.org](http://www.unirisco.org))

**Aportación de Inditex 2005:** 100.000 €.

**Fondos propios Unirisco:** 2.635.769 €.

UNIRISCO es una sociedad de capital riesgo autorizada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores y promovida por las tres universidades gallegas (A Coruña, Santiago de Compostela y Vigo) con el apoyo de las principales instituciones gallegas (Caixanova, Banco Pastor,



Corporación Caixa Galicia, Grupo San José, BPI, la Fundación R, el Consorcio Zona Franca de Vigo e Inditex).

A través de UNIRISCO seguimos impulsando y financiando proyectos de empresa de nueva creación para, entre otros objetivos:

- Facilitar la transferencia del conocimiento generado en la Universidad a la Sociedad.
- Favorecer la creación y consolidación de empleo para investigadores y titulados universitarios.
- Ayudar a crear una cultura emprendedora en el entorno universitario.
- UNIRISCO actúa a través de la inversión temporal y minoritaria en el capital (entre 30.000 y 300.000 euros, aunque no hay establecido un mínimo) en iniciativas empresariales.

## D. LA FUNDACIÓN EL MOLÍ D'EN PUIGVERT

([www.fundaciomoli.org](http://www.fundaciomoli.org))

La Fundación Privada El Molí d'en Puigvert es una entidad sin ánimo de lucro creada en 2002 por el Ayuntamiento de Palafolls, la Comunitat Terapèutica del Maresme y la Cooperativa Agrícola de Palafolls (Barcelona). Esta fundación nace con el objetivo de impulsar, crear y gestionar proyectos empresariales sociales, de carácter innovador y con autonomía de gestión para facilitar la integración laboral y social de personas con trastornos de salud mental. Actualmente trata a más de un centenar de personas, de las cuales 70 tienen contratos de trabajo remunerados y el resto está en situación de inserción prelaboral.

### Proyecto "For & From Special People"

Massimo Dutti y la Fundación El Molí d'en Puigvert formalizaron en abril de 2002 el proyecto de colaboración *For & From Special People* para abrir un establecimiento comercial de la cadena en Palafolls. La Fundación gestiona esta tienda como un centro de trabajo para personas con trastornos mentales severos. Su objetivo es proporcionar empleo y capacitación profesional a este colectivo, con dificultades de inserción. La tienda vende prendas de fuera de temporada de Massimo Dutti a precios muy competitivos – es a todos los efectos un establecimiento *outlet*.

La plantilla está formada por un equipo de cinco personas y tres de ellas tienen un diagnóstico de Trastornos Mentales Severos (TMS). El contacto directo y permanente con los clientes y la comercialización de productos en condiciones especiales suponen un importante paso para su integración socio-laboral. Massimo Dutti ha apoyado al equipo de la tienda *Fora de Serie* mediante programas individualizados de formación y realizando los habituales cursos de formación de empleados de tienda.

La Fundación también realiza cursos prácticos de formación para personas en fase de inserción laboral fuera del horario comercial de la tienda.

Este proyecto ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de estas personas con trastornos mentales, al tiempo que ha demostrado su viabilidad económica ya que supone la principal fuente de ingresos de la Fundación y les permite sostener financieramente otros proyectos sin depender de donaciones.

#### LA TIENDA "FÓRA DE SERIE" DE MASSIMO DUTTI EN PALAFOLLS:

- Abrió sus puertas al público en abril de 2002.
- En 2006 duplicará la superficie de venta hasta los 140 m<sup>2</sup> y se reformará para incorporar los nuevos elementos de decoración de las tiendas Massimo Dutti.
- Factura aproximadamente medio millón de euros al año y el proyecto es viable económicamente sin precisar de aportaciones extraordinarias.
- Las ventas de esta tienda suponen el 40% de los ingresos de la Fundación El Molí.

## 3.1.2 PROGRAMAS DE EMERGENCIAS

### A. PROYECTO SINGRA

(www.singra.org)

#### CRUZ ROJA ESPAÑOLA

**Duración del Proyecto:** 39 meses.

**Beneficiarios:** niños, jóvenes, mujeres y hombres sin empleo y personas mayores.

**Aportación de Inditex en 2004/2005:** 2.000.000 €.

**Presupuesto 2005:** 1.000.000 €.

El proyecto Singra es un plan de intervención social que Cruz Roja puso en marcha en octubre de 2003, gracias al respaldo económico de Inditex, para paliar los efectos del hundimiento del petrolero Prestige frente a las costas gallegas. Su misión consiste en reforzar los recursos existentes, las oportunidades laborales y la formación de los habitantes de las comarcas de Bergantiños, Fisterra, Terra de Soneira y O Barbanza, en A Coruña, y O Morrazo, en Pontevedra.

Los colectivos prioritarios de Singra son:

- Niños y jóvenes.
- Mujeres y hombres sin empleo.
- Personas mayores.
- Desarrollo de tejido asociativo.

### Resumen de actividades del proyecto 'Singra' en 2005

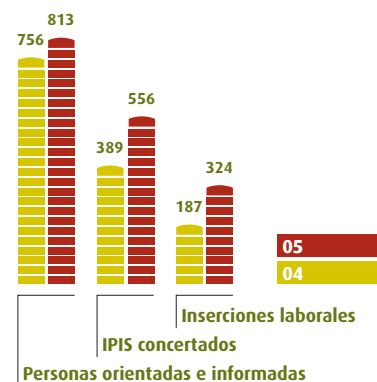
#### Apoyo de iniciativas para emprendedores

Más de 800 personas han participado en proyectos de experiencia laboral, tutorías empresariales y apertura de negocios. El objetivo es dotar a los afectados de herramientas que les permitan mejorar su entorno de vida social y económico. Las iniciativas más destacadas en este ejercicio fueron:

- Proyecto Crear en Femenino: apoyo a la apertura de empresas en el ámbito rural para mujeres.
- Cooperativa Mar de Lira, en el Concejo de Carnota.
- Actividades emprendedoras en escuelas de Laxe, Carballo y Ponteceso.
- Cursos de proyectos de cultura emprendedora y de desarrollo y fortalecimiento asociativo de las cofradías.

*Programas de inserción laboral para colectivos vulnerables en las zonas próximas a la catástrofe del Prestige*

### PROGRAMA DE INSERCIÓN LABORAL



IPIS: Itinerarios Personales de Inserción Social



*El respaldo económico de Inditex ha contribuido a paliar las consecuencias del vertido de fuel en las comarcas de Bergantiños, Fisterra, Terra de Soneira y O Barbanza, en A Coruña, y O Morrazo, en Pontevedra.*

**NÚMERO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL EN CINCO COMUNIDADES DENTRO DEL PROGRAMA SINGRA**

	2005	2004
Ribeira	21	17
Cangas	14	12
Vimianzo	18	15
Cee	22	19
Carballo	24	17
<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>80</b>

**Intervención social**

Cruz Roja ha prestado ayuda a 3.018 jóvenes y a 3.474 niños/niñas de 6 a 18 años. Además, se ha fomentado la participación de 1.311 personas de otros colectivos, como padres y madres, a través de las Ampas, y personas mayores, que se han beneficiado de proyectos de ayudas técnicas. En 2005 también se han puesto en marcha varios programas de animación social y adecuación funcional de viviendas.

**Participantes 2005: 7.803**

**Participantes 2004: 2.580**

**Asociacionismo**

El objetivo primordial del área de desarrollo asociativo es dinamizar y fortalecer el tejido asociativo de la zona, así como sus capacidades de gestión. En 2005, este objetivo se ha materializado en una larga lista de proyectos:

- Primer concurso de proyectos de intervención social.
- Programas de formación y encuentros para asociaciones.
- Impulso definitivo a los centros de desarrollo de asociaciones y a los proyectos vinculados a las cofradías y al mar con la Asociación de Mariscadoras de Baldaio.
- Asociación de Rederas (Porto do Son).
- Proyectos: Mar de Lira (Cofradía de Lira), *Memoria Na Escola* (Cofradía de Ribeira) y el Hogar de las Tercera Edad (Cofradía de Rianxo).
- *Obradorio* ocupacional para jóvenes con dificultad social (Cabana y Bergantiños).



## B. 'TSUNAMI' EN EL SUDESTE ASIÁTICO

(www.caritas.es)

### CÁRITAS

**Duración del Proyecto:** 24 meses

**Beneficiarios:** habitantes de la zona afectada por el *tsunami*

**Aportación de Inditex en 2004/2005:** 1.000.000 €.

**Presupuesto 2005:** 1.000.000 €.\*

El 26 de diciembre de 2004 tuvo lugar un terremoto de 8,9 grados en la escala Richter, en la isla de Sumatra (Indonesia), que provocó más de 30.000 víctimas mortales y grandes destrozos, principalmente en Indonesia, Sri Lanka, India y Tailandia.

Desde el mismo día de la tragedia, la Red Cáritas (162 Cáritas nacionales) se movilizó para atender a los damnificados. Inditex ha colaborado económicamente con la organización para soportar sus actividades de ayuda en la zona.

Hoy, la labor de reconstrucción continúa.

### Resumen de actividades del proyecto 'tsunami' en 2004

#### Sri Lanka

- 1.000 grupos de apoyo comunitario en la región.
- Implementación de las dos fases de reconstrucción.
- Viviendas, agua potable, escuelas y sanidad para 33.000 familias.

#### India

- Atención a 125 personas.
- 100 campos de acogida: atención médica, agua y saneamiento.
- Atención personalizada.
- Reparto de material escolar a más de 35.000 familias.

### Resumen de actividades de 2005

La reconstrucción de las comunidades, el restablecimiento de las condiciones de vida y la renovación de la esperanza después del *tsunami* fueron los tres ejes de actuación en 2005.



\* El capital se comprometió en 2005 y se ejecutó en 2005-2006



## SRI LANKA

Caritas Sri Lanka gestionó las consecuencias derivadas de la catástrofe en las costas norte y este del país a través del apoyo de un equipo de emergencia enviado por *Caritas Internationalis*.

### Los efectos del tsunami:

- Más de 30.000 víctimas mortales.
- Más de 4.000 huérfanos.
- Más de 270.000 personas damnificadas por la pérdida de su principal medio de vida.
- Más de 50.000 hectáreas de cultivos inutilizadas.
- Más de 73.000 cabezas de ganado desaparecidas.
- Más de 17.000 barcas de pesca se perdieron tras el tsunami.

## Acciones en Sri Lanka

### A. Plan de emergencia

El objetivo principal fue ayudar a los afectados por el maremoto a cubrir sus necesidades básicas y a reconstruir sus medios de vida. Se trataba, en definitiva, de ayudar a los damnificados a asumir el reto de normalizar su actividad cotidiana con dignidad.

Aportación Inditex:  
**41.470 €**

FASE	PROYECTO	LOGROS	
Primera emergencia	Lotes familiares de enseres domésticos	22.582 lotes repartidos	
	Tiendas de campaña	2.452 unidades	
	Generadores	20 unidades	
	Agua y saneamiento		911 letrinas construidas
			73 bombas de agua
		32 pozos y fuentes	

### B. Programas de post-emergencias, rehabilitación y reconstrucción

Aportación Inditex:  
**271.227 €**

FASE	PROYECTO	LOGROS	
Post-emergencia y rehabilitación	Alojamiento temporal.	6.755 viviendas temporales.	
	Alumbrado público.	350 puntos de luz instalados.	
	Recuperación de medios de vida: pesca, agricultura y microproyectos, entre otros.		1.009 barcas de pesca.
			202 motores.
			3.245 piezas de aparejo.
			68.439 jornadas en el programa "Salario por trabajo".
			450 paquetes de semillas.
			170 bombas de agua.
			96 equipos de vallado.
		2.748 lotes de herramientas.	
	425 microcréditos.		
	118 alumnos inscritos en cursos de formación.		
Apoyo psicosocial.		3.490 casos atendidos.	
		329 consultores formados.	
Reconstrucción	Viviendas.	664 viviendas ejecutadas.	
		1.434 viviendas en ejecución.	
Rehabilitación de edificios comunitarios.		41 escuelas.	
		9 orfanatos.	
		11 centros públicos.	

más remotas. Su labor humanitaria se enmarca dentro del Plan de Emergencia y Reconstrucción, que ha sido elaborado por Caritas India, aprobado por los organismos de *Caritas Internationalis* y cuenta con el apoyo de Caritas Española.

## Acciones

### A. Plan de emergencia y reconstrucción para sistematizar las ayudas a los damnificados

El objetivo principal de este plan es contribuir a que los afectados cubran sus necesidades básicas y recuperen, progresivamente, sus medios de vida.

FASE	PROYECTO	LOGROS
Primera emergencia	Ayuda alimentaria	502.372 beneficiarios
	Asistencia médica	207.736 beneficiarios

### B. Programas de post-emergencias, rehabilitación y reconstrucción.

FASE	PROYECTO	LOGROS
Post-emergencia y rehabilitación	Suministro de agua potable	1.300 depósitos de agua instalados
	Educación	44 edificios escolares construidos
	Apoyo escolar	66.855 niños
	Recuperación de actividad pesquera y otros medios de vida	1.451 botes de pesca 1.133 motores fueraborda 1.797 embarcaciones reparadas 32.402 piezas de redes 209.823 beneficiarios 1.521 grupos de autoayuda
Reconstrucción	Viviendas	3.000 alojamientos temporales construidos
		1.600 viviendas permanentes construidas
		8.000 viviendas permanentes en fase de construcción

Aportación Inditex:  
(A+B)  
**681.121 €**





## C. SPECTRUM TRUST

**Duración del Proyecto:** 12 meses

**Beneficiarios:** empleados de Spectrum y sus familias

**Aportación Inditex 2005:** 72.542 €.

- Fecha: 11 de abril de 2005.
- Accidente: colapso de la fábrica Spectrum Sweater Industries, Ltd. (Savar, Bangladesh).
- Causa: fallo estructural en uno de los pilares del edificio de la fábrica.
- Damnificados: 64 muertos y 84 heridos.

### Acciones 2005

La gravedad del siniestro y sus consecuencias reflejaron la necesidad de poner en marcha medidas preventivas destinadas a evitar accidentes similares en el futuro.

Inditex se ha sumado a esta causa participando activamente en iniciativas desarrolladas por el Gobierno de Bangladesh, y en especial:

#### Programa de revisión de las condiciones estructurales de las fábricas en Bangladesh

*Bangladesh Garment Manufacturers Association (BGMEA)* ha puesto en marcha un proceso de inspección de las condiciones estructurales de las fábricas. En 2005 se revisaron más de 170.

#### Creación del 'National Social Compliance Forum'

El *National Social Compliance Forum* es un grupo de trabajo en el que participan compradores internacionales, ONGs, ministerios de economía y comercio, la BGMEA y asociaciones sindicales locales (*Bangladesh Free Trade Union Congress* y el *Bangladesh National Council of Textile Garment and Leather Workers*). Su misión consiste en aprobar, impulsar e implementar un Código de Conducta sobre temas de responsabilidad social para todas aquellas empresas e instituciones que participan en la industria del sector textil en Bangladesh.

*El director de Responsabilidad Social Corporativa supervisó sobre el terreno la intervención de organismos públicos y privados en los primeros días*



## El 'Emergency Trust'

Inditex también ha colaborado en la financiación y en el diseño de dos *trusts* (fondos), *Emergency* y *Solidarity* (Emergencia y Solidaridad), destinados a paliar las consecuencias de la catástrofe.

### 'Emergency trust':

Es un fondo aportado por Inditex y por International Textile Government Leather Workers Federation y gestionado por Oxfam Internacional e INCIDIN Bangladesh ([www.incidin.org](http://www.incidin.org)). Se destinó a cubrir las necesidades urgentes, médicas y financieras, inmediatamente posteriores a la catástrofe de los heridos y/o sus familias.

El fondo contempló tres líneas de trabajo:

### Asistencia médica para los trabajadores heridos

- 22 trabajadores gravemente heridos recibieron tratamientos traumatológicos y ortopédicos en el *Trauma Center Hospital* (Dhaka, Bangladesh).

### Ayuda financiera para las familias de los trabajadores heridos

- Tras producirse la catástrofe, 38 familias de trabajadores heridos percibieron entre uno y dos meses de salario.
- Dos trabajadores gravemente heridos cobraron el equivalente a dos años de salario.

### Ayuda inmediata para las víctimas de la fábrica Spectrum Sweter Industries, Ltd.

- Por último, entre junio y julio de 2005, 500 trabajadores recibieron un mes de salario.

*En la primera reunión con los afectados se indentificaron las personas que precisaban asistencia inmediata*





## 3.1.3 PROGRAMAS DE CAPITAL SOCIAL

**Aportación Inditex 2005:** 178.345 €.

Los programas de creación de capital social externo e interno han sido diseñados para ayudar a formar personas comprometidas, dentro y fuera de las fábricas de nuestros proveedores, capaces de sentir que su destino está ligado tanto a la evolución de la realidad que les rodea, como a la mejora de las condiciones sociales y laborales de sus semejantes.

En Inditex, estamos convencidos de que la riqueza reside en el liderazgo de las personas.

Desde 2004, hemos venido desarrollando programas de formación de líderes —de fábricas y comunitarios— con distintas instituciones —sindicales y del Tercer Sector— con la finalidad de identificar y formar personas que sientan que el compromiso por el trabajo por el bien común es un elemento clave para garantizar el respeto recíproco entre trabajadores y gerentes de las fábricas, en escenarios sociolaborales complejos, tales como Marruecos, Bangladesh y Perú.

Por todo ello, desde 2004, hemos venido desarrollando *Programas para la creación de capital social*. En otras palabras, proyectos que permitan a otros agentes externos a la realidad de las fábricas, y expertos en el campo del fomento y la protección de los Derechos Humanos y Laborales Fundamentales (sindicatos y ONGs):

- Identificar las redes de relaciones existentes basadas en la confianza y la amistad de sus partícipes.
- Identificar potenciales líderes en estas redes informales.
- Desarrollar currículos y procesos formativos sobre derechos y ciudadanía a los líderes potenciales.
- Generar redes de tejido asociativo capaces de prevenir y gestionar profesionalmente los conflictos dentro de una fábrica.





## A. PROGRAMAS DISEÑADOS PARA LA CREACIÓN Y FOMENTO DE TEJIDO ASOCIATIVO EN BANGLADESH

### Crisis laborales en dos fábricas en Bangladesh

**1. Fábrica 1 (\*)**: 15 miembros del comité de empresa y más de 650 trabajadores fueron despedidos por conflictos surgidos ante la falta de respuesta a las demandas del *Workers Representative Welfare Committee*.

**2. Fábrica 2 (\*)**: Cuatro miembros del comité de empresa fueron despedidos y más de 300 trabajadores, miembros del sindicato, recibieron amenazas de despido ante un conflicto surgido entre un miembro del sindicato y la dirección.

(\*) Información confidencial a efectos de proteger la privacidad de las compañías

### Plan de actuación de Inditex y las partes involucradas

Con la finalidad de resolver las crisis en las mencionadas fábricas y cumplir con los compromisos asumidos, y tras la adhesión a las plataformas Ethical trading initiative (ETI) y al Multifibre Agreement Forum (MFA), Inditex organizó un grupo de trabajo integrado por representantes de:

- ETI ([www.ethicaltrading.org](http://www.ethicaltrading.org))
- International Textile Garments Leather Workers Federation (ITGLWF)
- Sindicatos locales: Bangladesh Free Trade Union Congress (BFTUC), National Federation of Garments Workers (NFGW) y Bangladesh Independent Garment Workers Federation (BIGUF).
- Organizaciones No Gubernamentales: Solidarity Center ([www.solidaritycenter.org](http://www.solidaritycenter.org)).

### Objetivos

- Facilitar el diálogo entre la dirección de la fábrica y los representantes sindicales.
- A corto plazo: la búsqueda de soluciones conjuntas cuyo objetivo principal sea la readmisión de los trabajadores despedidos.
- A largo plazo: desarrollar un tejido sindical profesional y competente, capaz de velar por los derechos de los trabajadores y establecer relaciones maduras de colaboración entre los trabajadores y la dirección de las fábricas.
- Formar a la dirección de las fábricas en las áreas relativas al fomento y protección de los Derechos Humanos y Laborales Fundamentales, a través de:

- (1) La creación de Departamentos de Recursos Humanos capaces de entender y atender tanto las demandas de los trabajadores como las de los compradores internacionales, en materias relacionadas con el fomento y la protección de los Derechos Humanos y Laborales Fundamentales.
- (2) La aprobación conjunta —empresarios y los miembros del *Workers Representative Welfare Committee* (WRWC)— de marcos de actuación para gestionar crisis y conflictos dentro de la realidad de las fábricas en entornos sociolaborales complejos estableciendo un protocolo de relaciones maduras entre la dirección de la fábrica y los trabajadores.
- (3) Por último, la formación de los miembros del WRWC por agentes sindicales externos para la puesta en práctica de los acuerdos firmados en los documentos: *Procedure for handling of complaints, grievances and disputes* y *Disciplinary Procedure*.

## B. PROGRAMAS DISEÑADOS PARA LA CREACIÓN Y FOMENTO DE TEJIDO ASOCIATIVO EN MARRUECOS

### Participantes

Con el objetivo de impulsar los compromisos asumidos, tras la adhesión a ETI y MFA Forum, Inditex desarrolló en Tánger (Marruecos), del 18 a 21 de octubre de 2005, un grupo de trabajo formado por:

- La dirección del sindicato español FITEQA-CC.OO.
- Los sindicatos marroquíes más representativos: *Union Marocaine du Travail* (UMT) y la *Confederation Democratique du Travail* (FDT).
- La presencia de más de 70 gerentes de las fábricas de los proveedores de Inditex en Marruecos.
- Una representación de los equipos de compras de las cadenas Zara, Bershka y Stradivarius.
- Por último, el equipo de Responsabilidad Social Corporativa de Inditex.

### Objetivos

Un detalle de los objetivos y las conclusiones alcanzadas es como a continuación se detalla:

- Discutir, a través de grupos de trabajo, las razones de los principales incumplimientos al Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos en la realidad del textil marroquí.
- Plantear un Plan de Acción Correctivo consensuado por todas las partes implicadas.
- Establecer un calendario de actuación para cada una de las partes involucradas en el proceso.
- Establecer las bases para desarrollar en Mayo de 2006 los primeros pasos para crear la plataforma MFA Forum en este país con los objetivos antes mencionados.



## 3.2 PROGRAMAS DE FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE PRODUCCION

Son proyectos de inversión social diseñados para implantar el Código de Conducta de Fabricantes y de Talleres Externos de Inditex en nuestros fabricantes y, posteriormente, verificar su grado de cumplimiento por terceros independientes de acuerdo con estándares internacionales.

### 3.2.1 ESTRATEGIA DE IMPLANTACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA DE FABRICANTES Y TALLERES EXTERNOS

#### Metodología

Inditex aprobó el Código de Fabricantes y Talleres Externos en febrero de 2001. Desde entonces, exige su cumplimiento a todos sus proveedores y subcontratistas en sus fábricas.

El proceso de verificación de la implantación de este código se ha desarrollado a través de auditorías sociales. Estas han sido realizadas por expertos locales independientes que conocen a la perfección la realidad y las condiciones socio-laborales del país en el que desarrollan sus actividades profesionales.

Para la elaboración de las auditorías de los dos últimos años se ha empleado la metodología *Business Social Compliance Initiative* (BSCI- [www.bsci-eu.org](http://www.bsci-eu.org)).

BSCI establece que todos los proveedores cumplirán, en la medida de lo posible, la legislación laboral local, regional e internacional vigente y, en especial, los Convenios y Declaraciones siguientes:

#### Normativa legal nacional

Inditex se compromete a cumplir con la legislación local vigente en los países en los que operen sus fabricantes y, en especial, con aquella normativa relacionada con:

- Jornada laboral
- Remuneraciones
- Cotizaciones a la Seguridad Social
- Edad mínima de los empleados
- Prohibición del trabajo forzoso
- Medidas cautelares y disciplinarias
- Libertad de asociación y negociación colectiva
- No discriminación
- Condiciones laborales de salud y seguridad en el puesto de trabajo
- Dormitorios
- Requisitos medioambientales básicos

#### Normativa internacional

Inditex se compromete a cumplir con la normativa internacional contemplada en las principales Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT - [www.oit.org](http://www.oit.org))

#### Otras normativas

Además, BSCI contempla, entre otras, la Directriz 62 de ISO/IEC, la Metodología propia de Social Accountability (SAI) ([www.sa-intl.org](http://www.sa-intl.org)) y Social Accountability 8000 (SA 8000)



## El Código de Conducta BSCI

A continuación detallamos los principales apartados del Código así como la legislación de referencia:

- 1.** Cumplimiento de la legislación local e internacional vigente. Con especial atención, principalmente, al cumplimiento de las normativas local y sectorial vigentes y de los Convenios de la OIT y de las Naciones Unidas.
- 2.** Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva. Con especial atención a los Convenios 87, 98 y 135 de la OIT.
- 3.** Prohibición de discriminación por motivos de sexo, edad, religión, raza, perfil social, discapacidad, país, afiliación sindical y política y orientación sexual. Con especial atención a los Convenios 100 y 111 de la OIT.
- 4.** Derecho a percibir una remuneración justa por el trabajo realizado. Con especial atención a los Convenios 26 y 131 de la OIT.
- 5.** Jornada laboral. Con especial atención a los Convenios 1 y 14 de la OIT.
- 6.** Salud y Seguridad en el trabajo. Con especial atención al Convenio 155 y a la Recomendación 164 de la OIT.
- 7.** Prohibición del trabajo infantil. Con especial atención a los Convenios 79, 138, 142 y 182 de la OIT.
- 8.** Prohibición de los trabajos forzados. Con especial atención a los Convenios 29 y 105 de la OIT.
- 9.** Cumplimiento con la legislación local y, en ausencia de ésta, con la internacional vigente relacionada con aspectos medioambientales y de seguridad en el trabajo.

## Los objetivos y el sistema de trabajo BSCI

### Fase 1. Sensibilización de proveedores.

### Fase 2. Autoevaluación.

### Fase 3. Auditoría social. Primera auditoría.

La auditoría social tiene como finalidad ayudar a la dirección de los proveedores de Inditex a mejorar el cumplimiento de la normativa laboral, social y medioambiental vigente.

Es la parte más importante del proceso de verificación y normalización de BSCI. Implica, en primer lugar, la realización de un primer diagnóstico del grado de cumplimiento del Código; en segundo lugar, detalla el catálogo de mejoras que deberán implementarse a través de los Planes de Acción Correctivos; y, en tercer lugar, establece el calendario para su puesta en práctica y corrección.

### Fase 4. Plan de acción correctivo

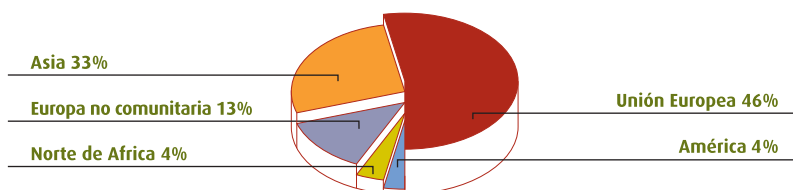
La aplicación de metodología BSCI en los procesos de revisión permite comparar de forma coherente las conclusiones que se deriven de los distintos procesos de revisión y realizar un seguimiento a través de los Planes de Acción Correctivos

Seis meses después de la realización de la auditoría se verifica la implantación de los planes de acción correctivos.

### Fase 5. Segunda auditoría social

De acuerdo con la metodología BSCI, el proceso de verificación del grado de cumplimiento del mencionado Código, sólo podía realizarse por auditores externos e independientes acreditados y certificados por SAI.

## PRODUCCIÓN POR ÁREA GEOGRÁFICA



## Cuadro resumen de producción por área geográfica

	Norte de África	América	Asia	Europa no UE	UE	TOTAL
<b>PRODUCCION 2004</b>	3%	3%	23%	12%	59%	
Número de talleres auditados <sup>(*)</sup> 2002-2004	148	77	487	189	1.761	2.662
Número de talleres abandonados por incumplimiento 2004	81	34	239	89	901	1.344
<b>PRODUCCION 2005</b>	4%	4%	33%	13%	46%	
Número de talleres activos <sup>(*)</sup> a inicio de ejercicio 31-01-05	91	61	464	138	932	1.686
Número de talleres externos y subcontratas auditados 2005	61	60	427	106	406	1.060
Número de talleres abandonados por incumplimiento 2005	22	14	120	13	170	339
Número de talleres activos a 31/01/2006	69	47	344	125	762	1.347
Número de 2ª auditorías programadas 2006	44	7	182	24	155	412

(\*) Primera línea de la cadena de producción

## Detalle de auditorías sociales por escenarios geográficos

El siguiente cuadro refleja las auditorías sociales que tuvieron lugar, durante el periodo 2005-2006, en los diferentes países donde opera Inditex.

	Norte de África	América	Asia	Europa no UE	UE	TOTAL
Audidores sociales	Intertek <sup>2</sup>	Intertek <sup>2</sup>	Intertek <sup>2</sup>	Intertek <sup>2</sup>	Intertek <sup>2</sup> PWC KPMG	
Fábricas y talleres externos auditados	60	60	427	105	427	1.060

<sup>2</sup> Tal y como establece la metodología BSCI, estos auditores sociales están acreditados por SAI ([www.sai-intl.org](http://www.sai-intl.org))

## Número de talleres abandonados

En 2005, Inditex ha cancelado relaciones contractuales de fabricación con determinados proveedores debido, entre otros aspectos, a incumplimientos del Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos.

	Norte de África	América	Asia	Europa no UE	UE	Total
Fábricas y Talleres externos abandonados	22	14	120	13	170	339

## Planes de acción correctivos

### Segundas auditorías

La metodología BSCI establece que seis meses después de una auditoría social se deberá comprobar que la empresa ha corregido los incumplimientos que se detectaron en su día.

Por consiguiente, durante el ejercicio 2006, Inditex realizará segundas auditorías con la finalidad de verificar la puesta en práctica de los planes de acción correctivos, tal y como ofrece la metodología BSCI en los siguientes escenarios geográficos.

	Norte de África	América	Asia	Europa no UE	UE	Total
Auditorías previstas 2006	44	7	182	24	155	412

## Campañas de sensibilización y difusión

A lo largo de 2005, el equipo de Responsabilidad Social Corporativa de Inditex organizó diversos grupos de trabajo para difundir el Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos. Las reuniones también sirvieron para compartir las mejores prácticas en materia de fomento y protección de los Derechos Humanos y Laborales, Fundamentales con los proveedores de Inditex.

Estos son los encuentros que tuvieron lugar en 2005:

- Hong Kong (China): 30 y 31 de mayo de 2005.
- Shanghai (China): 28, 29 y 30 de noviembre de 2005.
- Dhaka (Bangladesh): 4, 5 y 6 de septiembre de 2005.
- Tánger (Marruecos): 18, 19, 20 y 21 de octubre de 2005.



## 3.2.2 ANÁLISIS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS DE LOS INCUMPLIMIENTOS DEL CÓDIGO DE CONDUCTA DE FABRICANTES Y DE TALLERES EXTERNOS

El cuadro ilustra la frecuencia de incumplimientos del Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos de Inditex y constituye un elemento clave para entender y mejorar las condiciones de trabajo en la industria textil y del calzado a nivel mundial.

Las revisiones tienen por objeto obtener una *fotografía* de la fábrica desde el punto de vista de cumplimiento del citado Código que Inditex aprobó en Febrero de 2001.

Tal y como queda explicado en el apartado anterior (3.2.1), el método BSCI establece un periodo no superior a seis meses para corregir incumplimientos de carácter grave detectados en el transcurso de las auditorías sociales. Finalizado ese periodo, si el incumplimiento persiste, el Departamento de RSC propone la cancelación de la relación contractual con el proveedor.

Un detalle de los principales criterios que se han tenido en cuenta en cada uno de los apartados que se desglosa en la tabla siguiente es como sigue:

### **Trabajo infantil:**

Existencia de trabajo infantil o imposibilidad de comprobar la edad de los trabajadores.

### **Salario por debajo del mínimo legal:**

El salario percibido es inferior al mínimo contemplado por la legislación laboral vigente.

### **Retribuciones no declaradas:**

El empleado percibe remuneraciones no declaradas a las correspondientes instituciones tributarias y de la seguridad social.

### **Salario no acorde:**

El salario percibido correspondiente al convenio colectivo o está por debajo del salario mínimo interprofesional.

### **Horas extra no remuneradas:**

No se remuneran las horas extra realizadas o se pagan por debajo del ratio fijado por ley o por el correspondiente convenio colectivo.

### **Indocumentados:**

Existen trabajadores sin sus correspondientes documentos de residencia en vigor.

### **Sin contrato:**

Existen trabajadores que no disponen de contrato formal de trabajo.

### **No vacaciones:**

Existen trabajadores que no han disfrutado del período de vacaciones contemplado en la legislación vigente.

### **No evacuación:**

Inexistencia o vías de evacuación y emergencia inadecuadas.

### **No revisiones:**

No se realizan las revisiones médicas contempladas en la legislación local vigente.

### **No facilita información:**

No facilita información relativa a la auditoría social, de acuerdo con los estándares del *Business Social Compliance Initiative*.

### **No formación:**

No se capacita a los trabajadores en materias relacionadas con la salud y seguridad en el puesto de trabajo.

### **No protección:**

No se proporcionan ni poseen los equipos de protección adecuados.

### **No extintores:**

No existen extintores, son inaccesibles, y/o no están operativos.

### **No plan de residuos:**

No hay un plan para recoger y tratar residuos.

### **No política medioambiental:**

No se ha implantado una política medioambiental en las instalaciones de la fábrica.

### **No asociación:**

No se respetan los derechos de asociación ni de negociación colectiva a los trabajadores de la fábrica.

### **Subcontratación no autorizada:**

Se realizan subcontrataciones de determinadas fases del proceso productivo en terceros talleres, sin la autorización expresa de Inditex.

### **Abusos:**

Se han detectado presuntas situaciones de acosos y abusos a los empleados en el transcurso de una auditoría social.

### **Discriminación:**

Se han detectado presuntas situaciones de discriminación a determinados trabajadores en el transcurso de la auditoría social.

Grado de cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos	Norte de África	América	Asia	Europa No UE	Unión Europea
Trabajo Infantil					
Salario por debajo del mínimo legal					
Retribuciones no declaradas					
Salario no acorde					
Horas extras no remuneradas					
Indocumentados					
Sin contrato					
No vacaciones					
No evacuación					
No revisiones					
No facilita información					
No formación					
No protección					
No extintores					
No plan de residuos					
No política medioambiental					
No asociación					
Subcontratación no autorizada					
Abusos					
Discriminación					

	Menos del 10% de los talleres auditados incumplen el criterio
	Entre el 10% y el 29% de los talleres auditados incumplen el criterio
	Entre el 30% y el 59% de los talleres auditados incumplen el criterio
	Más del 60% de los talleres auditados incumplen el criterio

## 3.2.3 EL ADN CORPORATIVO DE INDITEX

El conocimiento de la estructura y el funcionamiento del ADN es, con toda probabilidad, el concepto más poderoso de la biología moderna.

Para algunos científicos el enfoque molecular de la "ciencia de la vida", con el ADN como molécula de referencia, ofrece una comprensión global de la naturaleza viva. Por ello, en Inditex hemos desarrollado el Proyecto ADN con del objetivo de comprender, a partir de sus primeras raíces, el complejo proceso del sistema de producción de nuestras prendas, calzado y complementos.

Este Proyecto se ha articulado a través de las fases siguientes:

- **Fase I. Determinación de los elementos que componen la estructura molecular de la cadena de producción de Inditex.** En otras palabras, valorar los incumplimientos del Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos, a través de la asignación de un número determinado de puntos en función de su gravedad.

- **Fase II. Comprender su estructura molecular.** Agrupar en cuatro categorías a las fábricas de la cadena de producción de Inditex, en función de los puntos acumulados y que se derivan de las conclusiones de la auditoría social, tal y como a continuación se detalla:

Categoría "A".- Entre 0 y 24 puntos.

Categoría "B".- Entre 25 y 49 puntos.

Categoría "C".- Entre 50 y 74 puntos.

Categoría "D".- Más de 75 puntos.

- **Fase III.- Romper la molécula de ADN e investigar las diferentes agrupaciones de átomos que contienen.** Asignar a cada prenda, zapato o complemento una categoría de riesgo individual en función de los incumplimientos al Código de Conducta de Fabricantes y talleres Externos de la fábrica donde fue producida.

De esta forma, a 31 de enero de 2006, y a través del Programa ADN se ha asociado un riesgo -rating- a más de 400 millones de prendas, zapatos y complementos, en función de las condiciones sociolaborales de las fábricas donde fueron producidos.

*Ficha a modo de ejemplo. Los datos incorporados no son reales*

RK	Región	País	Unidades	Nuevas	Recuperadas	Abandonadas
1	Asia	Hong Kong	59.429	●	●	●
2	Asia	China	38.591	●	●	●
3	Asia	Hong Kong	108.837	●	●	●
4	Asia	China	58.333	●	●	●
5	Asia	Hong Kong	208.795	●	●	●
6	Asia	China	149.574	●	●	●
7	Asia	India	29.429	●	●	●

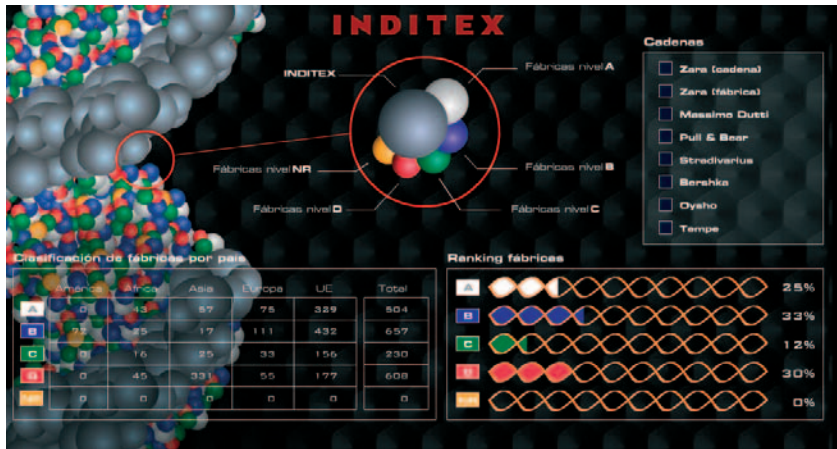


● **Fase IV.- La cristalografía de rayos X.** El Programa ADN ha desarrollado una potente herramienta informática capaz de integrar los datos de las compras realizadas por cada uno de los ocho formatos comerciales de Inditex con las auditorías realizadas por consultores independientes en los centros de trabajo de los proveedores.

● **Fase V.- Identificar los genes responsables de trastornos y conductas concretas,** asignando a cada comprador un riesgo global derivado del grado de cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y talleres Externos de cada una de las prendas, calzados y complementos que haya aportado a la cadena de producción de Inditex.

A partir de la comprensión y mejora del comportamiento de los compradores –entendidos como genes – podemos responder a una pregunta clave: ¿cómo a partir de una prenda, calzado y/ o complemento podremos desarrollar un organismo complejo de forma sostenible?.

*Este método de análisis es escalable exponencialmente a nuevas realidades futuras que puedan plantearse*



## 3.3 PLATAFORMAS DE DIÁLOGO

Promovemos la participación activa en forma de debate sobre los procesos de implantación de modelos de responsabilidad social corporativa con el objetivo de compartir reflexiones con otras empresas e instituciones del tercer sector.

### ‘GLOBAL REPORTING INITIATIVE’

([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))

*Global Reporting Initiative* (GRI) es una plataforma multilateral independiente. Su propósito consiste en desarrollar y difundir directrices que regulen los procesos de información en tres áreas claves de la sostenibilidad: social, medioambiental y financiera.

#### La participación de Inditex en el G3

Durante 2005, Inditex participó de forma activa con el *G3 Apparel and Footwear Working Group* en la elaboración de un informe destinado al sector de la moda y el calzado.

### ‘ETHICAL TRADING INITIATIVE’(ETI)

([www.ethicaltrading.org](http://www.ethicaltrading.org))

*Ethical Trading Initiative* es una plataforma de diálogo que promueve la implementación de códigos de conducta en las cadenas de producción de sus miembros (empresas multinacionales). Su finalidad es mejorar la condición socio-laboral de los trabajadores.

#### Sus miembros

- Compañías multinacionales de los sectores de la confección, el calzado y la distribución.
- Organizaciones sindicales tales como ITGLWF, ([www.itglwf.org](http://www.itglwf.org)).
- Organizaciones no gubernamentales (Oxfam, [www.oxfam.org](http://www.oxfam.org)).

#### Objetivos

Entre sus principales objetivos destacan:

- Desarrollar y promover las mejores prácticas entre sus miembros.
- Buscar fórmulas de asociación entre sus miembros para promocionar el respeto de los Derechos Humanos y Laborales Fundamentales en los países donde desarrollen sus modelos de negocio: producción, distribución y/o comercialización.



### Actividades realizadas

- Proyectos de sensibilización y promoción de los Derechos Humanos y Laborales Fundamentales, a través de proyectos conjuntos con *Clean Clothes Campaign* ([www.cleanclothes.org](http://www.cleanclothes.org)) (Holanda), *Fair Wear Foundation* ([www.fairwear.nl](http://www.fairwear.nl)) (Holanda), *Fair Labor Association* ([www.fairlabor.org](http://www.fairlabor.org)) (EE.UU.), *Social Accountability* ([www.sa-intl.org](http://www.sa-intl.org)) (Reino Unido) e *International and Worker Rights Consortium* ([www.workersrights.org](http://www.workersrights.org)) (EE.UU.).
- Supervisión de los procesos de implantación del código de ETI en los miembros de la asociación. De esta forma y a partir de los mismos, consiguen verificar los progresos individuales corporativos en materia de implantación de derechos humanos y laborales fundamentales, plantear soluciones conjuntas a empresas, sindicatos y ONGs para la promoción y el respeto de los derechos humanos y laborales fundamentales y asistencia y formación a sus miembros.

### ‘MULTI-FIBER AGREEMENT FORUM’

([www.mfa-forum.net](http://www.mfa-forum.net))

El *Multi-Fiber Agreement Forum* (MFA) es una plataforma de diálogo, creada en 2004, e integrada por:

- (1) Fabricantes y distribuidores de la confección.
- (2) Organismos sindicales.
- (3) Organizaciones No Gubernamentales.
- (4) Plataformas de diálogo para poner en práctica medidas empresariales que ayuden a asumir los retos inmediatos a los que se enfrenta esta industria en tres escenarios geográficos concretos: Bangladesh, Lesotho y Marruecos.

Su comité ejecutivo está integrado por:

- Organización Internacional del Trabajo (OIT) ([www.oit.org](http://www.oit.org)).
- *International Textile, Garments and Leather Workers Federation* (ITGLWF) ([www.itglwf.org](http://www.itglwf.org)).
- *Maquila Solidarity Network* ([www.maquilasolidarity.org](http://www.maquilasolidarity.org)).
- Oxfam ([www.oxfam.org](http://www.oxfam.org)).
- ETI ([www.ethicaltrading.org](http://www.ethicaltrading.org)).
- The Gap Inc. ([www.gapinc.com](http://www.gapinc.com)).
- Inditex ([www.inditex.com](http://www.inditex.com)).

### Áreas de trabajo

Sus principales áreas de trabajo son:

- El diseño de acciones para **fortalecer las cadenas de producción** de sus miembros en escenarios socio-laborales complejos (Bangladesh, Lesotho y Marruecos). El fomento y la protección de los derechos humanos y laborales como una fuente generadora de ventajas competitivas.
- La ejecución de acciones destinadas a **incrementar la productividad** en la industria textil y del calzado en Bangladesh, Lesotho y Marruecos, con la finalidad de hacer frente a los retos propios del siglo XXI.
- **Mejorar el clima actual existente de relaciones industriales** entre sus principales agentes, empresarios, sindicatos y trabajadores.



## 3.4 ABIERTOS A LA SOCIEDAD

### Patrocinio y mecenazgo

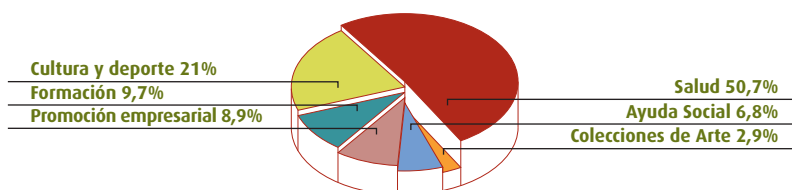
Inditex patrocina cada año diversos proyectos e iniciativas de carácter social que contribuyen al fomento y la difusión de la cultura, la innovación y los valores empresariales. Estos proyectos son desarrollados por instituciones, organizaciones sin ánimo de lucro y empresas privadas con amplia experiencia.

La Comisión de Patrocinio y Mecenazgo evalúa cada uno de los proyectos, realiza la asignación de fondos y programa acciones de seguimiento de los resultados. Esta comisión está integrada por el Secretario General y del Consejo, el Director General de Comunicación y Relaciones Institucionales y el Director de Responsabilidad Social Corporativa.

En 2005 Inditex ha destinado 1,7 millones de euros a los diferentes programas, duplicando la inversión realizada en 2004.

### PATROCINIO Y MECENAZGO POR ÁREA DE INTERVENCIÓN

PATROCINIO Y MECENAZGO POR ÁREA DE INTERVENCIÓN	
Salud	873.004
Cultura y deporte	359.970
Formación	167.864
Promoción empresarial	153.855
Colecciones de arte	50.279
Ayuda social	116.310
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1.721.282</b>



### Apoyo a la investigación médica

Inditex ha donado en este ejercicio más de la mitad de su presupuesto global (873.004 euros) a la Fundación Pro CNIC. Esta fundación se creó en diciembre de 2005, fruto de un acuerdo entre el Ministerio de Sanidad y Consumo español y trece empresas, entre las que se encuentra Inditex. Las empresas se comprometen a aportar hasta el año 2012 cien millones de euros, que se sumarán a los 166 millones que proporcionará la Administración para financiar las actividades investigadoras del Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CINC). El objetivo de este centro es convertirse en una institución líder en investigación cardiovascular de ámbito internacional, conectar la investigación básica con la investigación aplicada y promover la interacción entre los investigadores, los hospitales y los pacientes para conseguir que los resultados de sus proyectos se traduzcan en mejoras en los tratamientos de los pacientes y en patentes para el país.

El CINC trabaja también para acercar la investigación biomédica a los jóvenes y crear una cantera con los mejores especialistas. Dispone de programas de becas de formación y de investigación dirigidas tanto a estudiantes como a licenciados con experiencia.

Otras empresas que integran, junto con Inditex, la Fundación Pro CINC son Acciona, Banco Santander, BBVA, Endesa, Fadesa, Fundación Abertis, Fundación Ramón Areces, Gas Natural, Grupo Prisa, La Caixa, Repsol YPF y Telefónica. [www.cnic.es](http://www.cnic.es)

### Programas de acción social y cultural

En este ámbito la inversión se orienta principalmente hacia tres disciplinas: el deporte, financiando equipos deportivos de Galicia; el arte, participando en el patronato de la Fundación Sarralves y en la Colección de Arte Contemporánea del Museo Patio Herreriano de Valladolid; y la música, a través de donaciones a la Orquesta Sinfónica de Galicia y a la Fundación Albéniz.

## Promoción empresarial

Inditex forma parte de algunos patronatos de asociaciones profesionales y organismos no gubernamentales con los que comparte objetivos de desarrollo social, económico y medioambiental, entre los que destacan la Fundación empresa y Sociedad ([www.fundacionempresaysociedad.org](http://www.fundacionempresaysociedad.org))

## Programas de educación y divulgación

Uno de los principales proyectos de 2005 ha sido la puesta en marcha de las actividades docentes de la Cátedra Inditex en la Universidade da Coruña (UDC). Su objetivo es promover y difundir el estudio y desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa, entendida como el compromiso de las empresas de aplicar criterios de buen gobierno, desarrollo social sostenible y protección del medio ambiente. La cátedra promueve el análisis académico de la Responsabilidad Social para poder aportar a todos los actores implicados –empresas, agentes sociales, administración y sociedad civil- enfoques de largo plazo que recojan los puntos de vista de los diferentes *grupos de interés*.

Desde el 3 de noviembre y hasta finales de enero de 2006, las instalaciones de la UDC acogieron un ciclo de conferencias, donde expertos de reconocido prestigio internacional aportaron su visión sobre la Responsabilidad Social Corporativa desde varias disciplinas: la académica, la empresarial, el derecho o la ética, entre otras. La cátedra se ha convertido en un punto de encuentro para analizar y debatir la realidad que nos rodea, promocionando los principios del desarrollo social sostenible.

### Índice de conferencias de la Cátedra INDITEX

<b>Eudald Carbonell</b>	co-director del Proyecto Atapuerca. "La Responsabilidad Social. Una propuesta para la humanización del Tercer Milenio".
<b>Neil Kearney</b>	secretario general de ITGLWF ( <i>International Textile, Garments, Leather Workers Federation</i> ). "Exigencias de cumplimiento de los Derechos Humanos y Laborales Fundamentales desde la óptica sindical".
<b>Ezequiel Reficco</b>	investigador de la Universidad de Harvard. "Responsabilidad Social Corporativa en un entorno globalizado".
<b>Lakshmi Bhatia</b>	vicepresidente de RSC de The Gap, Inc. "Sostenibilidad y Derechos Humanos en la cadena de producción. The Gap: una experiencia práctica".
<b>Adela Cortina</b>	Catedrática de Ética de la Universidad de Valencia. "Ética y Responsabilidad Empresarial".
<b>Ramón Jáuregui</b>	portavoz socialista de Política Social y Empleo, en el Congreso de los Diputados. "Una reflexión de la Responsabilidad Social Corporativa en la actual legislatura".
<b>Javier Chércoles</b>	director de RSC de Inditex. "El modelo de RSC de Inditex: Una experiencia práctica".
<b>Elisabeth Mora</b>	responsable de Desarrollo Comunitario e Investigación Social de la Fundación Gumilla (Caracas, Venezuela). "El desarrollo de modelos de RSC en entornos sociolaborales complejos: la experiencia venezolana".
<b>Rosa Mújica</b>	directora del IPEDHP (Instituto Peruano de los Derechos Humanos y la Paz). "Derechos Humanos y Capital Social en el entorno empresarial peruano".

*El Vicepresidente y Consejero Delegado de Inditex, Pablo Isla, presidió el acto de inauguración de la Cátedra.*



# 3.4.1 TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN

El compromiso de Inditex con la transparencia persigue no sólo cumplir las obligaciones derivadas de la regulación del mercado, sino también responder adecuadamente a las necesidades y lógicas exigencias de sus diferentes stakeholders en lo que se refiere al conocimiento de la compañía y de su actividad.

## Los medios de comunicación social

Los medios de comunicación son hoy por hoy el principal canal de transmisión de información entre las empresas y el público. Inditex gestiona su relación con ellos desde esta perspectiva, asumiendo su condición de intermediarios independientes, críticos y comprometidos también con la transparencia. Las relaciones del Grupo Inditex con los medios de comunicación son gestionadas por la Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales, que mantiene un contacto permanente y fluido con periodistas en más de 60 países.

Inditex distribuyó a lo largo del ejercicio 2005 un total de 46 notas de prensa y otras noticias sobre el grupo. Más de 5.000 solicitudes de información realizadas por medios de comunicación de todo el mundo fueron atendidas en este mismo periodo. Algo menos del 30% de ellas procedían de medios de comunicación españoles, mientras que el resto fueron realizadas por medios internacionales, con una fuerte predominancia de los países europeos. La monitorización realizada sobre la prensa escrita de los 32 países con una mayor implantación del Grupo recogió a lo largo de 2005 más de 19.000 informaciones publicadas.



**Inditex sizes up Europe in expansion**  
Rapid design, manufacture and distribution keep pressure on rivals, says Leslie Crawford

Spain's largest fashion retailer and owner of the Zara chain of fast-fashion stores is planning to double its sales in the next five years, says the chief executive of the international expansion unit, Leslie Crawford.

Spain's largest fashion retailer and owner of the Zara chain of fast-fashion stores is planning to double its sales in the next five years, says the chief executive of the international expansion unit, Leslie Crawford.



**Zara quiere vestir al mundo**

LES VENTES SEMESTRIELLES ONT BONDI DE 20%  
Le groupe Inditex-Zara est toujours en pleine croissance

Inditex (Zara, Benetton ou Massimo Dutti) a connu un bon premier semestre (du 1er au 31 juillet). La Bourse de Madrid a très bien réagi à l'annonce de la augmentation de 20% du résultat net du groupe espagnol (à 266,2 millions d'euros) d'affaires à établir à 2,8 milliards d'euros.

**Spain's Zara sets the trend for spectacular fashion growth**

The Spanish fashion chain Zara continued its conquest of Europe's main streets in the first half of this year, helping to lift the profits of Inditex SA by 20%.

Europe's fastest growing retailer, Inditex is on track to open 450 new outlets this year. First half profits were €2.66m, led by booming sales in Spain, the eurozone's most buoyant economy. "Consumption remains very strong in



**LES VENTES SEMESTRIELLES ONT BONDI DE 20%**  
Le groupe Inditex-Zara est toujours en pleine croissance

Inditex va accélérer au second semestre l'exercice 2005.

Inditex va accélérer au second semestre l'exercice 2005. Les ventes ont augmenté de 20% au premier semestre.

2004. Sales volume was up 20% in the first half. The group, which includes the Zara, Massimo Dutti, Pull & Bear brands, is now worth €15 billion, roughly twice the value of H&M



**NOTAS DE PRENSA Y NOTICIAS DISTRIBUIDAS EN 2005**

Información Corporativa	17
Información Financiera	8
Expansión y Desarrollo de Negocio	21

## INFORMACIONES SOBRE INDITEX PUBLICADAS EN PRENSA ESCRITA



**DISTRIBUCIÓN DE LAS INFORMACIONES EN PRENSA INTERNACIONAL**

Reino Unido	25,5%
Portugal	9,4%
Francia	7,4%
Holanda	6,4%
Turquía	4,5%
Grecia	4,4%
Italia	4%
Alemania	4%
Dinamarca	3,3%
Suiza	3,2%
Irlanda	3,1%
Suecia	3%
Australia	2,9%
Polonia	2,8%
Japón	2,4%
Hong Kong	2,2%
Otros	11,5%



## Relaciones institucionales

No sólo los medios de comunicación reclaman un esfuerzo de transparencia. La política de acercamiento y apertura a las distintas audiencias se materializó en 2005 en la organización de más de 170 visitas a las instalaciones del Grupo. Instituciones educativas nacionales y extranjeras, empresas, organismos e instituciones de todo tipo tuvieron la oportunidad de recorrer las diferentes áreas de trabajo y recibir explicaciones detalladas sobre la organización interna y el funcionamiento de nuestro modelo de negocio.

### NÚMERO DE VISITAS A INDITEX

Empresas	55
Medios de comunicación	30
Instituciones Educativas	45
Organismos e Instituciones	41

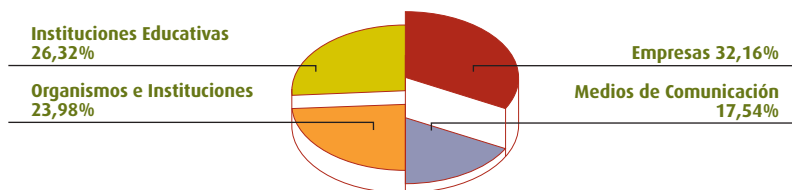
### VISITAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

España	65%
Francia	9%
Alemania	6%
Reino Unido	3%
Malasia	3%
El Salvador	3%
Japón	3%
Estados Unidos	3%
Suiza	3%

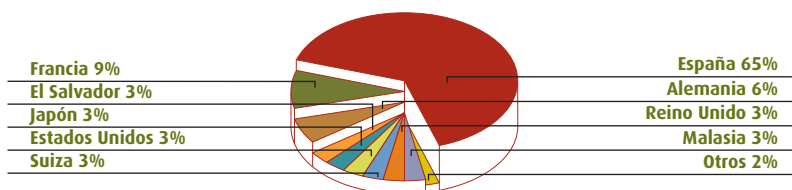
### VISITAS DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Educación Secundaria	40%
Enseñanza Superior/España	38%
Enseñanza Superior/Internacional	16%
Formación Profesional	13%

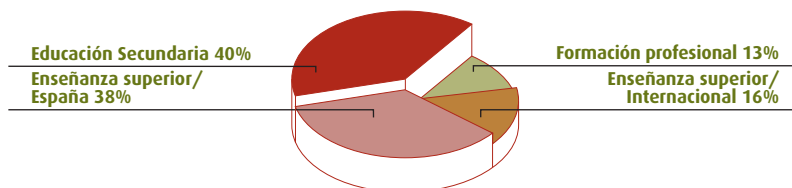
## VISITAS A INDITEX



## VISITAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



## VISITAS DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS











**Informe  
Medioambiental**

**4**



**Reducir el impacto medioambiental derivado de nuestras actividades es uno de los objetivos prioritarios de la organización. Optimizar el consumo de recursos, controlar la generación de residuos y desarrollar iniciativas innovadoras son las directrices de nuestra política medioambiental**

## 4.1 NUEVA APUESTA ESTRATÉGICA: INNOVAR EN SOSTENIBILIDAD

El año 2005 culmina una importante etapa para Inditex que ha estado marcada por el desarrollo de un modelo de negocio sostenible. A lo largo de este ejercicio hemos finalizado nuestro primer Plan Estratégico Medioambiental (PEMA 2002-2005) y sus líneas de acción. Un esfuerzo que, sin duda, ha merecido la pena, ya que en la actualidad disponemos de un sistema de gestión medioambiental global, sólido, eficiente, y con capacidad para adaptarse a las necesidades de nuestro ritmo de crecimiento y a las nuevas exigencias y avances en materia medioambiental. Nuestros principales objetivos se han cumplido: garantizar la plena integración de la variable ambiental en todas nuestras operaciones y evolucionar con criterios homogéneos de eficiencia en un mercado global.

La estructura de este sistema de gestión es el fruto de las acciones medioambientales que hemos desarrollado durante los últimos años. Disponemos de diversas herramientas de gestión complementarias que nos permiten garantizar el control ambiental de nuestras operaciones. Gracias a ellas, hemos adaptado las sedes de todas nuestras cadenas, centros logísticos y fábricas a la normativa ISO 14001. También nos han permitido cumplir, actualizar y evaluar la normativa medioambiental de la compañía en todo el mundo, el sistema de gestión sostenible de nuestras tiendas, los protocolos de actuación ante emergencias, los protocolos de control con gestores de residuos, los compromisos medioambientales de nuestros proveedores, el Plan de Formación Medioambiental, los criterios *ecoeficientes* en nuevos proyectos industriales (centros logísticos, sedes...), el control ambiental de producto (OEKOTEX), el Plan de Minimización de Envases y Embalajes y el Sistema de Indicadores medioambientales.

Somos conscientes de que el éxito del actual sistema de gestión medioambiental y de las acciones del PEMA 2002-2005 no habrían sido posibles sin la dedicación de todo el personal de la compañía. La ilusión e implicación de todas y todos los trabajadores de Inditex, así como de nuestros proveedores, con el compromiso medioambiental de la compañía, ha resultado vital para lograrlo.

Queremos agradecer su esfuerzo a los operarios de mantenimiento de nuestras instalaciones, al personal de tiendas y de centros logísticos, a los trabajadores de oficinas y de los equipos directivos. Todos han compaginado sus intensivas jornadas de empleo con las sesiones de formación medioambiental y, además, han adoptado hábitos más sostenibles en el trabajo. En este esfuerzo múltiple, que nos ha permitido acercar las claves de nuestra política medioambiental a todo el personal de Inditex, ha sido fundamental el trabajo en cooperación con los equipos de Recursos Humanos de las diferentes cadenas y de Comunicación Corporativa.

El aprendizaje y los resultados obtenidos durante estos años también nos sirven de base para definir las cuestiones prioritarias del nuevo Plan Estratégico Medioambiental 2006-2010:

- La formación continua de las personas como elemento imprescindible para garantizar el eficiente funcionamiento y la mejora de nuestro sistema de gestión medioambiental.
- La *ecoeficiencia* de los procesos como clave de la mejora de un modelo de negocio sostenible.

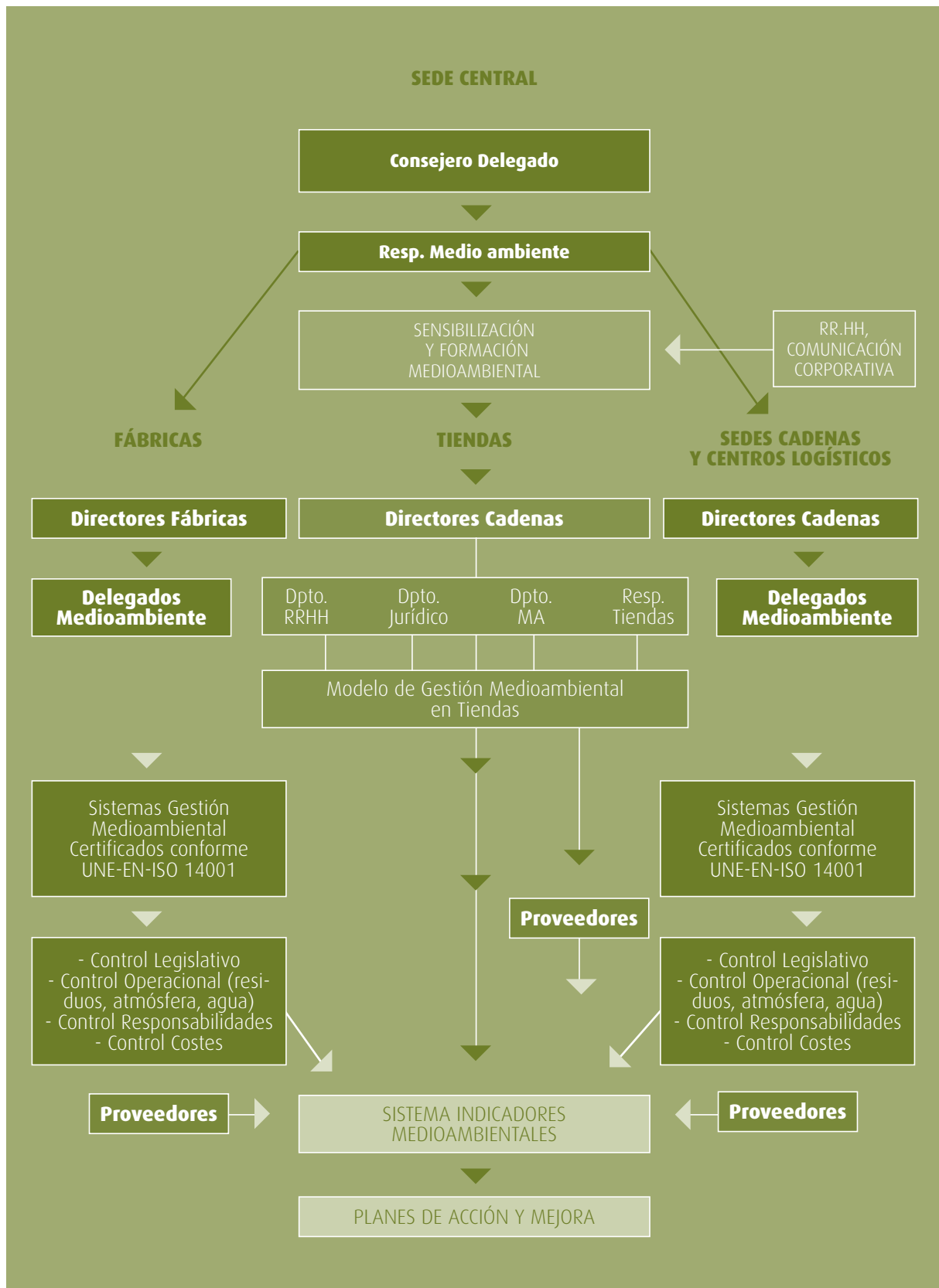
La puesta en práctica del nuevo plan nos obliga a desarrollar una estrategia de *Innovación en Sostenibilidad aplicada al modelo de negocio de Inditex*, que constituye nuestro PEMA 2006-2010, y que presentamos en las siguientes páginas.

*El aerogenerador  
instalado en Arteixo  
produce un millón de  
kilowatios al año,  
suficiente para  
suministrar la energía  
necesaria para los  
procesos de producción  
de dos fábricas textiles  
de Inditex*





## 4.2 NUESTRO SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL



## Política medioambiental

El pilar en el que se apoya nuestro sistema de gestión medioambiental, y del que emanan nuestras líneas estratégicas, es la política medioambiental de la compañía. En este sentido, consideramos que el desarrollo de la actividad de Inditex debe integrar criterios de desarrollo sostenible, que garanticen una adecuada gestión de los recursos y una protección del entorno, y que respondan a las demandas de la sociedad.

Nuestro objetivo es satisfacer y hacer cumplir los siguientes principios, que constituyen nuestra política medioambiental y afectan a todas nuestras empresas y centros de trabajo\*:

- Nos comprometemos a considerar la variable medioambiental en la planificación y desarrollo de nuestras actividades y las de nuestros socios de negocio, promoviendo la sensibilización medioambiental de nuestro personal, proveedores y de la sociedad en general.
- Nos comprometemos a cumplir la legislación medioambiental que atañe a nuestras actividades, así como otros compromisos que se puedan establecer, esforzándonos por prevenir la contaminación y minimizar, en lo posible, el potencial impacto ambiental que generamos.
- Desarrollamos un esfuerzo de mejora continua en el marco de nuestro sistema de gestión que nos permita mejorar su eficacia y ser más eficientes en el consumo de recursos.
- Garantizamos la difusión de esta política entre todos nuestros empleados y la sociedad, estableciendo una comunicación fluida con las autoridades, comunidades locales y agentes interesados.

\* La sede central, el centro logístico y las fábricas de Arteixo. Las fábricas de Narón y Ferrol. Las sedes centrales y centros logísticos de las cadenas Zara España, Zara Home y Kiddy's Class, en Arteixo. Pull & Bear, en Narón. Massimo Dutti, Bershka, Oysho y Kettinger, en Tordera. Stradivarius, en Villa de Sallent, y en la Plataforma Europa, en Zaragoza.

*Una parte de la energía consumida en la calefacción y el aire acondicionado del edificio Inditex procede de la planta de trigeneración y de las placas solares colocadas en la cubierta del edificio*



## 4.3 PLAN ESTRATÉGICO 2006-2010: INNOVAR EN SOSTENIBILIDAD

Innovar en sostenibilidad supone revisar todos los procesos de nuestro modelo de negocio, tanto aquellos que son clave como los de apoyo, y valorarlos con un análisis de *ecoeficiencia* que nos permita determinar dónde podemos mejorar y cómo hacerlo. La puesta en práctica de este enfoque, que constituye el Plan Estratégico Medioambiental de Inditex, lo desarrollaremos en los próximos años mediante los siguientes proyectos:

### Proyecto IEMA (Integración Energética y Medioambiental)

El objetivo de este proyecto consiste en integrar las variables de consumo energético eficiente, fuentes energéticas renovables, emisiones atmosféricas y cambio climático en un solo modelo de gestión que permita el control y la toma de decisiones coordinada.

Para ello, se desarrollarán las siguientes tareas:

- Una evaluación de la totalidad de los flujos de energía necesarios para el desarrollo de nuestras operaciones en instalaciones industriales y logísticas propias.
- La evaluación y definición de alternativas y proyectos de suministro energético, con especial énfasis en soluciones basadas en energías renovables.
- La ejecución y puesta en marcha de proyectos de suministro con energías renovables.
- La ejecución y puesta en marcha de proyectos de uso eficiente de la energía.
- La sensibilización y formación de todo el personal sobre el uso eficiente de la energía y sus consecuencias para el cambio climático.

### Proyecto 3S (Store Sustainability System)

Nuestro actual modelo de gestión medioambiental cubre las necesidades operativas de nuestras tiendas en todo el mundo y se adapta a las particularidades de cada cadena. No obstante, consideramos que por las singularidades de nuestra dinámica de desarrollo, podemos aplicar criterios de sostenibilidad y *ecoeficiencia*, tanto en la definición de un modelo de tienda, como en los criterios de su explotación y gestión. El desarrollo de este proyecto implicará las siguientes acciones:

- Definición de criterios constructivos ecoeficientes, especialmente en la selección de materiales.
- Definición de prácticas específicas de gestión para el personal de tiendas.
- Formación específica para el personal de tiendas, tanto para el actual como para el de nueva incorporación.

*En la fachada de la tienda de Zara en Colonia están instaladas células fotovoltaicas para ayudar a reducir el consumo de energía no renovable.*





### Proyecto ACVTEX

En 2004 iniciamos un proyecto de I+D para analizar el ciclo de vida medioambiental (ACV) de algunos tipos de prenda producidos en nuestras fábricas. El objetivo consistía en definir las principales variables de estudio y diseñar una herramienta simplificada de análisis que nos permitiese realizar una evaluación homogénea de nuestra producción con criterios de sostenibilidad. El proyecto se completará con el desarrollo de un *software* que permita aplicar nuestra metodología simplificada de ACV a nuestras producciones. Dicha valoración incluirá, entre otros criterios, la eficiencia en el consumo de recursos productivos, el uso de sustancias nocivas en los tejidos y la optimización de los procesos productivos. Su finalización está prevista para 2006.

### Proyecto IPK (Inditex Pro Kyoto)

La operativa logística es uno de los principales valores del modelo de negocio de Inditex. Se trata, además, de un área estratégica sobre la que debemos trabajar para implementar nuestro enfoque de sostenibilidad. Los objetivos más importantes son:

- Controlar y reducir las emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) generadas por el transporte.
- Reducir las emisiones de GEI asociadas a los desplazamientos de nuestro personal.
- Desarrollar mecanismos de compensación de las emisiones de GEI.

Desde su creación, en 2005, Inditex también forma parte de un grupo de trabajo en el que participan representantes de otros operadores logísticos españoles y el Ministerio de Medioambiente de España. Su actividad nos permitirá desarrollar estrategias y acciones concretas que reduzcan el impacto de nuestras operaciones logísticas en el cambio climático.





*Inditex cuenta con  
cuatro plantas de  
cogeneración que  
suministran luz y calor a  
los grandes centros  
de trabajo*



## 4.3 PLAN ESTRATÉGICO 2002-2005: OBJETIVOS ALCANZADOS

El balance de ejecución de nuestras líneas de acción, al cierre de 2005, es el siguiente:

<b>Estrategia A</b>		Evaluar, controlar y garantizar el cumplimiento de la legislación medioambiental en todos los centros de trabajo					
<b>Líneas de acción</b>	<b>1</b>	<b>Desarrollar un plan de control de parámetros medioambientales e indicadores de seguimiento</b>	Se dispone de una sistemática de evaluación de cumplimiento y actualización legislativa internacional, así como un sistema de Indicadores Medioambientales con cobertura a todos nuestros centros de trabajo.				
			2001	2002	2003	2004	2005
	<b>2</b>	<b>Plan de auditorías de cumplimiento legislativo medioambiental en todos los centros</b>	Con periodicidad anual se desarrolla una sistemática combinación de auditorías internas y externas independientes sobre el 100% de los centros industriales y sedes de cadenas. Sobre las tiendas de España se realiza un proceso de evaluación de criterios ambientales mediante un muestreo aleatorio, que en 2006 se extenderá a las tiendas de todo el mundo.				
<b>Estrategia B</b>		Implantar prácticas de gestión que permitan mejorar el comportamiento medioambiental y la eficiencia energética					
<b>Líneas de acción</b>	<b>1</b>	<b>Evaluar alternativas de sustitución en materias primas y energía. Energías renovables</b>	Disponemos de instalaciones propias de generación de energía eléctrica con fuentes renovables para nuestro abastecimiento (solar fototérmica y eólica). Continúan en vigor El Plan de Minimización de Residuos y el Plan de Reducción de Envases y Embalajes, marcándose nuevos objetivos anuales.				
			2001	2002	2003	2004	2005
	<b>2</b>	<b>Estudios de ecoeficiencia en los procesos y centros de trabajo</b>	Se ha implantado y certificado por entidades externas independientes, un sistema de gestión medioambiental conforme ISO 14001:2004 que alcanza el 100% de los centros de trabajo industriales (fábricas y centros logísticos) y sedes centrales. Su implantación permitió analizar y revisar nuestros procesos de trabajo en muy diversos ámbitos, mejorando la ecoeficiencia de algunos de ellos.				



<b>Estrategia C</b>		Transmitir, tanto interna como externamente, el compromiso y esfuerzo medioambiental de INDITEX, involucrando a todo el personal en dicho compromiso					
<b>Líneas de acción</b>	<b>1</b>	<b>Promover y facilitar la sensibilización y formación interna en materia de sostenibilidad</b>	Se ha finalizado el Plan de Sensibilización y Formación Medioambiental, alcanzado al 100 % de nuestro personal en el mundo, bien de forma presencial, on-line o mediante la revista corporativa. Durante los próximos años se reforzará mediante la formación presencial del personal de tiendas, (aplico a cerca de 3000 personas durante 2005), acciones de refresco, formación para nuevas incorporaciones.				
			2001	2002	2003	2004	2005
	<b>2</b>	<b>Potenciar la comunicación externa con las partes interesadas</b>	Se han desarrollado diversas acciones de comunicación ambiental exterior (asistencia a congresos, charlas,...), y se han atendido todas las demandas de información ambiental recibidas, destacando por su numero las correspondientes a administraciones públicas locales, regionales y nacionales.				

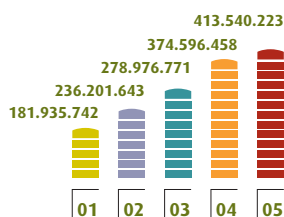
<b>Estrategia D</b>		Incorporar la variable medioambiental a todas las estrategias y acciones					
<b>Líneas de acción</b>	<b>1</b>	<b>Implementar un sistema de indicadores de sostenibilidad global</b>	Se desarrollo un Sistema de Indicadores de sostenibilidad global para las operaciones de la compañía y Software para la gestión on-line desde todos los centros de trabajo, cuya implantación finalizo en 2005.				
			2001	2002	2003	2004	2005
	<b>2</b>	<b>Integrar las variables económica, ambiental y social, y desarrollar informes medioambientales y de sostenibilidad</b>	En Todos los nuevos proyectos de desarrollo industrial se incorpora la variable mediaambiental y de ecoeficiencia en la fase de diseño. Se encuentra en ejecución el proyecto de desarrollo de una herramienta de Análisis de Ciclo de Vida Simplificado (ACV) para aplicar a nuestras producciones.				

## 4.4 SISTEMA DE INDICADORES

Los datos que incluye esta memoria se presentan en términos relativos (respecto al número de prendas puestas en el mercado) y absolutos, entendiéndose que así se aporta una mejor comprensión de nuestra realidad. Debido al gran crecimiento que experimenta nuestra producción, los indicadores relativos nos permiten valorar nuestra eficiencia medioambiental y reflejan si reducimos nuestro impacto medioambiental por cada prenda puesta en el mercado.

Los distintos gráficos reflejan el conjunto de nuestra actividad (fabricación, distribución y comercialización en tiendas), salvo en el apartado de residuos, en el que únicamente se recogen datos de generación en sedes, centros logísticos y fábricas (lo que denominamos centros industriales). Respecto a los indicadores de generación y gestión de residuos en tiendas, el proyecto piloto de 2005 sobre 1.349 tiendas de España no ha permitido obtener datos fiables y sólidos para presentarlos en el presente ejercicio. Esto se debe a la dificultad de obtener datos reales de recogida y gestión de los gestores de residuos municipales en muchas de las ciudades donde estamos implantados. Con el cambio metodológico previsto para 2006 esperamos poder resolver estas dificultades.

### NÚMERO DE PRENDAS PUESTAS EN EL MERCADO<sup>1</sup>



(<sup>1</sup>) El cálculo del ratio se ha efectuado según la siguiente fórmula:  
Ratio=(valor absoluto del año/número de prendas puestas en el mercado en el año) x 1.000

## 4.4.1 CONSUMOS ENERGÉTICOS y EMISIONES ATMOSFÉRICAS

El sistema de abastecimiento energético de Inditex cuenta con una importante aportación de nuestras propias fuentes (plantas de cogeneración y calderas para nuestras fábricas y centros logísticos). La compañía lleva a cabo un control exhaustivo de emisiones y un plan de minimización y eficiencia energética. En este sentido, destaca la adopción de fuentes de energías renovables y gas natural, que nos permiten reducir considerablemente nuestros niveles de emisión.

Por otra parte, el sistema eléctrico no nos permite controlar el origen de las fuentes de generación externa (red eléctrica) que abastecen a las tiendas. Por lo tanto, los datos de emisión se obtienen en función de una estimación.

*Con la creación de lucernarios en los techos o en las paredes de las tiendas se garantiza la entrada de luz natural durante varias horas al día.*

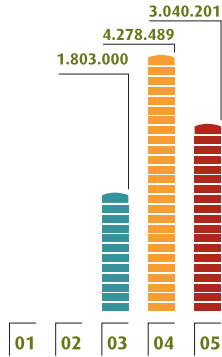


## INDICADORES DE CONSUMO ENERGÉTICO

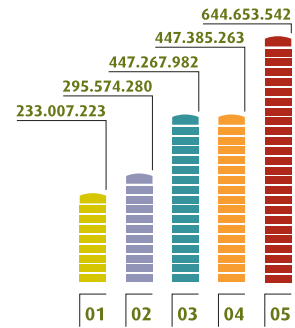
La fuentes de energía renovables propias no generan suficientes recursos para abastecer a toda la compañía. Por esta razón, Inditex se ve obligada a emplear otras fuentes de energía. El mayor consumo de red pública viene motivado por el aumento del número de tiendas a nivel global.

### CONSUMO ENERGÉTICO Y EMISIONES ATMOSFÉRICAS<sup>1</sup>

#### ENERGÍAS RENOVABLES (kwh)

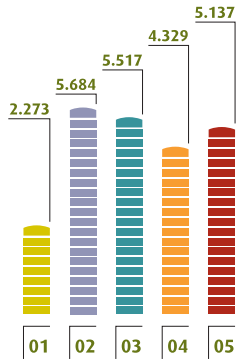


#### RED ELÉCTRICA PÚBLICA (kwh)

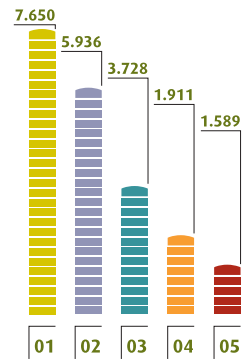


1 KWH =  $3,6 \times 10^6$

#### CONSUMO GAS NATURAL (Tep)



#### CONSUMO GASÓLEO (Tep)



1 Tep =  $41,84 \times 10^9$  Julios

<sup>1</sup> Incluye industrias y tiendas en todo el mundo.

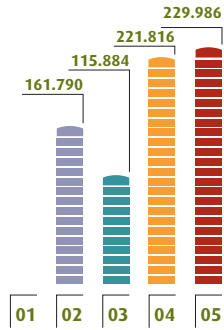


## Consumos y aprovechamiento de agua

Los datos de consumo de agua provienen, en el caso de los centros fabriles y logísticos, de mediciones directas de consumos y de los recibos de los suministradores (redes públicas de abastecimiento). En el caso de las tiendas, los datos se han obtenido realizando un muestreo de los recibos de suministradores. Para ello, se han elegido una serie de tiendas representativas y se han extrapolado los resultados al total de las tiendas.

Los vertidos de aguas residuales de todas nuestras instalaciones se realizan a las redes de saneamiento, contando en todos los casos con la correspondiente autorización administrativa. Ello supone que se realicen analíticas periódicas para garantizar el cumplimiento de la legislación vigente, no requiriendo en ningún caso, dado su bajo nivel contaminante, procesos de tratamiento específico.

### CONSUMO DE AGUA (m<sup>3</sup>)

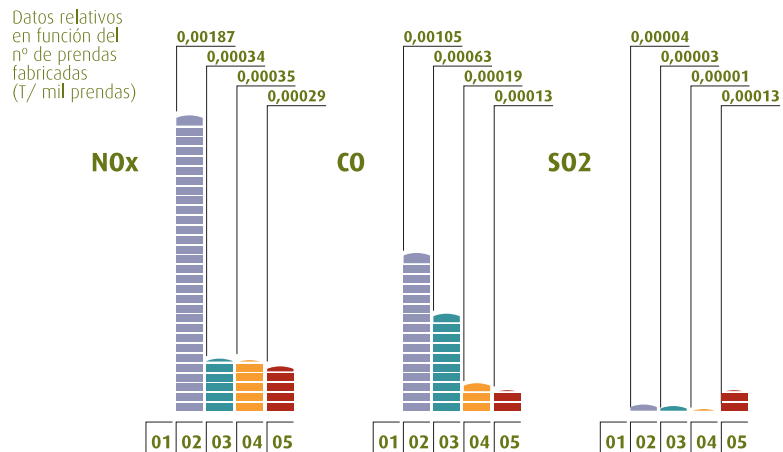
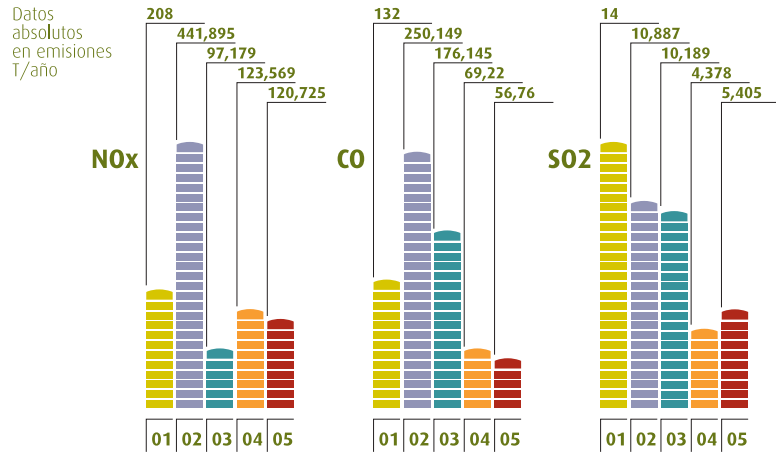


2002 - 2003  
Consumo centros logísticos  
2004 - 2005  
Consumo centros logísticos y tiendas



## INDICADORES DE EMISIONES ATMOSFÉRICAS

### Evolución anual de emisiones atmosféricas en centros fabriles y logísticos



Incluye Sede Central, todas las instalaciones fabriles de INDITEX: (Choolet, Denllo, Fios, Glencare, Goa, Hampton, Indipunt, Jema, Kenner, Nikole, Samlor, Sircio, Stear, Trisko, Zintura, Inditex Cogeneración) y Sedes Centrales y centros logísticos de Zara, Zara Home, Kiddy's Class, Pull& Bear, Bershka, Oysho, Massimo Dutti y Stradivarius. Todos los focos de emisión se someten a controles periódicos por una entidad de inspección autorizada, encontrándose cada uno de ellos conforme los parámetros indicados en la legislación vigente. Los datos aquí recogidos provienen del análisis de dichos informes.

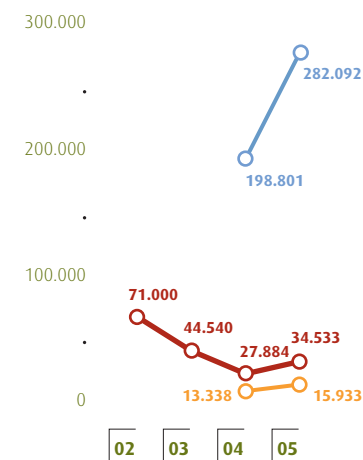
Optimizamos la capacidad de nuestros camiones y organizamos las rutas para reducir el impacto medioambiental



### EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

Los datos de emisiones de centros industriales y tiendas se obtienen a partir de las emisiones equivalentes por consumo eléctrico. Por otra parte, los datos de emisiones asociadas al transporte de nuestras operaciones de distribución se calculan en función de los kilómetros recorridos (bien sea en avión de corto, medio o largo recorrido, bien sea en camión), y estimando las emisiones de acuerdo a criterios aceptados en la comunidad internacional (IPPC).

### EMISIONES DE CO2 (T/año)



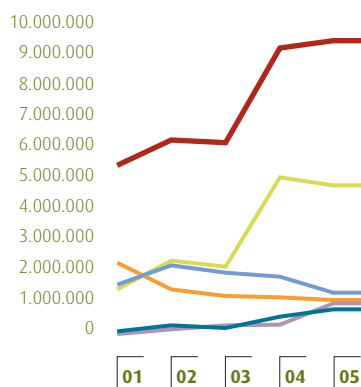
○ Tiendas  
○ Centros industriales  
○ Transporte

CONCEPTO	(T CO <sub>2</sub> )
<b>○ CENTROS INDUSTRIALES:</b>	
Por Consumo de Gas Natural	15.179
Por Consumo de Propano	25
Por Consumo de Gasóleo	4.881
Por Consumo Eléctrico	14.448
<b>Total Centros Industriales</b>	<b>34.533</b>
<b>○ TRANSPORTE:</b>	
Emisiones provocadas por el transporte	15.993
<b>Total Transporte</b>	<b>15.993</b>
<b>○ TIENDAS:</b>	
Por Consumo Eléctrico en Tiendas	282.092
<b>Total Tiendas</b>	<b>282.092</b>
<b>TOTAL</b>	<b>332.618</b>

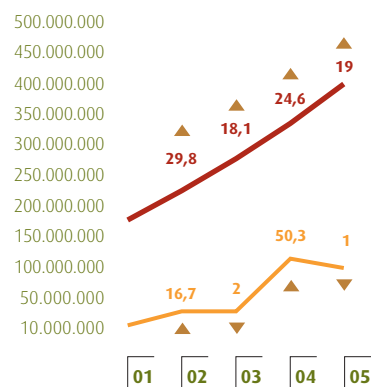
## 4.4.2 INDICADORES DE RESIDUOS

La generación de residuos industriales de Inditex ha disminuido su tendencia de crecimiento gracias al esfuerzo del Plan de Minimización de Residuos, en marcha desde 2003.

### EVOLUCIÓN DE LA GENERACIÓN DE RESIDUOS INDUSTRIALES (kg)



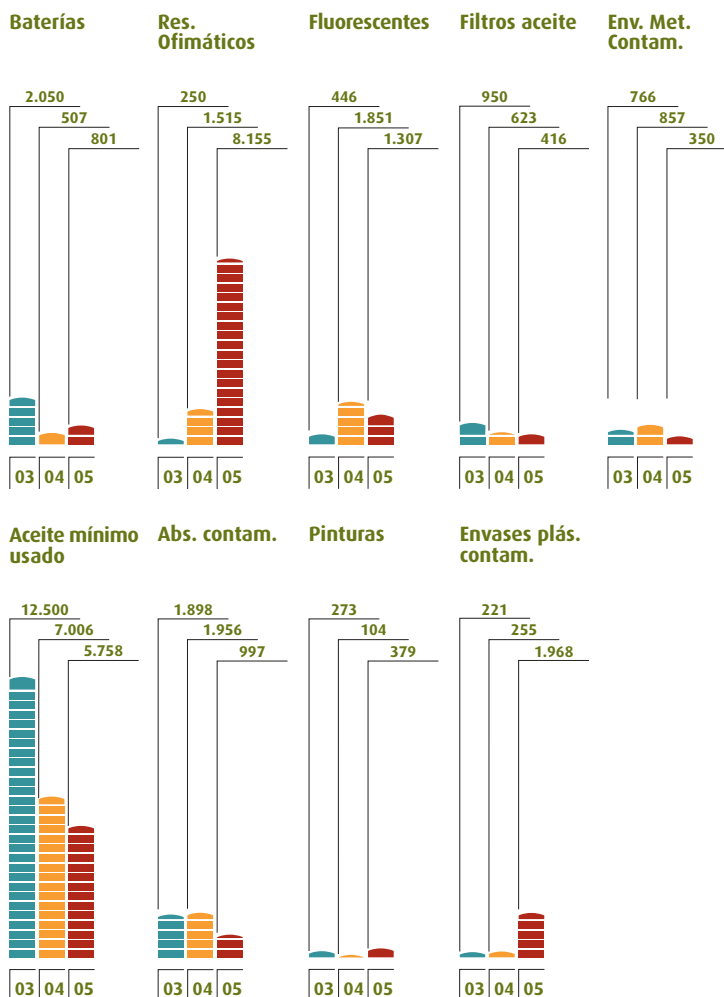
### COMPARATIVA DE PRENDAS PUESTAS EN EL MERCADO CON EL TOTAL DE RESIDUOS INDUSTRIALES GENERADOS (%)



- Total
- Cartón y Papel
- Residuos textil
- Otros residuos urbanos
- Plástico
- Madera
- RPs

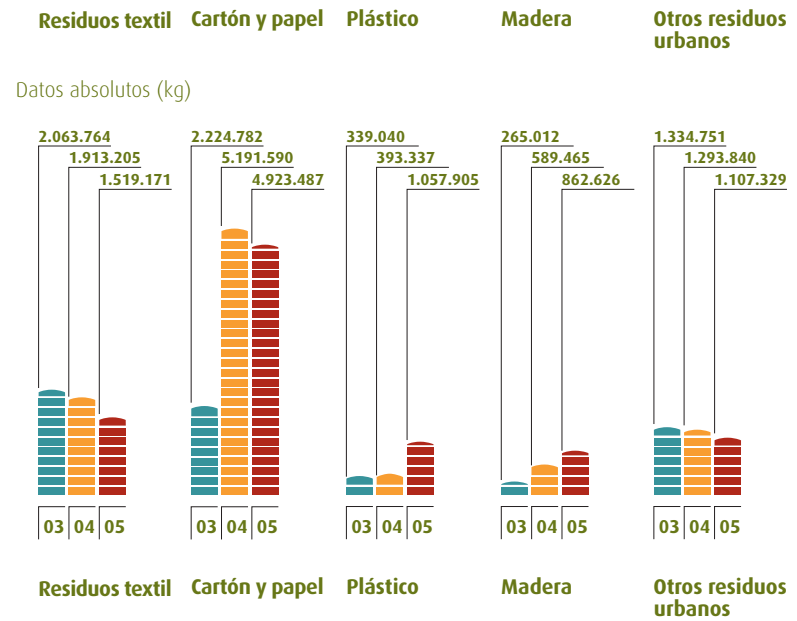
- Total prendas puestas en el mercado
- Total residuos de centros industriales
- ▲ Incremento prendas puestas en el mercado periodo 2002-2005 : 91,5%
- ▼ Incremento residuos industriales generado periodo 2002-2005 : 66%

### COMPARATIVA DE GENERACIÓN ANUAL DE RESIDUOS PELIGROSOS



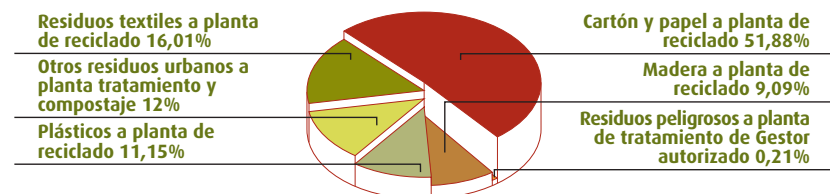


## COMPARATIVO GENERACIÓN ANUAL DE RESIDUOS URBANOS O SIMILARES



## DESTINO DE RESIDUOS, SEGÚN TIPOLOGÍAS Y TIPOS DE TRATAMIENTO

Otro de los grandes objetivos de nuestro Plan de Residuos es apostar por el reciclado, tal y como se expone en el siguiente gráfico.







**Verificación de  
la auditoría de  
indicadores GRI**

**5**









## INFORME DE VERIFICACIÓN

### ALCANCE

SGS ICS Ibérica, S.A. (en adelante SGS ICS) ha realizado, a petición de Industria de Diseño Textil, S.A. (en adelante, INDITEX), una verificación independiente del documento MEMORIA 2005.

El alcance de la verificación incluye el texto y datos contenidos en el documento de referencia; no incluyendo la información y/o datos referenciados y no introducidos en dicho documento.

### INDEPENDENCIA

La información contenida en el documento verificado y su elaboración es responsabilidad de INDITEX.

SGS ICS no ha participado ni asesorado en la elaboración del documento verificado, limitándose a actuar como verificador independiente, comprobando la adecuación de los contenidos del mismo.

El contenido de este Informe de Verificación y las opiniones contenidas en el mismo son únicamente responsabilidad de SGS ICS

### VERIFICACIÓN

#### Metodología y equipo verificador

Se ha empleado la metodología de verificación, establecida por SGS, consistente en procedimientos de auditoría según ISO 19011 y mecanismos de verificación de acuerdo a Guías GRI (2002) y AA1000 Assurance Standard (2003), entre éstos se encuentran:

- Entrevistas con el personal responsable de la obtención y preparación de los datos
- Revisión de documentos y registros (tanto internos como públicos)
- Comprobación de datos y validación de los mismos con las fuentes.

En particular, para esta verificación los datos del área económica se evaluaron por contraste con la Notificación de Resultados Consolidados del Ejercicio 2005 de INDITEX, según el Informe Anual 2005 auditado por KPMG.

El equipo verificador estuvo formado por personal de SGS ICS y se configuró con base en su conocimiento, experiencia y calificaciones para la realización de esta tarea.

### CONCLUSIONES

Con base en la verificación realizada, el equipo verificador de SGS ICS considera que la MEMORIA

- Contiene información y datos fiables, y éstos representan de manera coherente las actividades y resultados de las mismas para el periodo reflejado en dicho documento.
- Se ha elaborado de acuerdo a los requisitos de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad 2002 del Global Reporting Initiative (GRI).

Madrid, 23 de junio de 2006

Firmado: J. Moya  
SGS ICS Ibérica, S.A.







El libro **Desempeño Social y Medioambiental 2005**

está impreso en papel sin cloro y ha sido fabricado mediante procesos respetuosos con el medio ambiente.

© Junio 2006, Inditex S.A.

Reservados todos los derechos

Depósito Legal: M-29219-2006

Edita: **Dirección General de Comunicación  
y Relaciones Institucionales**

Inditex S.A.

Edificio Inditex

Avda. de la Diputación, s/n

15142 Arteixo

A Coruña, España

La Memoria 2004 es el documento precedente y se editó en junio de 2005

Realización: REPORTER S A, división de MRM Worldwide Spain S.A. telf 0034 91 4360138