

CARTA DEL PRESIDENTE



Estimados accionistas:

A lo largo del pasado ejercicio, desde febrero de 2005 a enero de 2006, el Grupo Inditex ha avanzado en el desarrollo de las líneas estratégicas que han venido marcando su actuación en los últimos años, y lo ha hecho con un grado muy satisfactorio de cumplimiento de sus objetivos, tanto desde el punto de vista económico como del desarrollo de nuestro modelo de sostenibilidad. Una vez más puedo afirmar, al dirigirme a ustedes como presidente de esta sociedad, que la positiva evolución del negocio en 2005, las favorables perspectivas y los avances en el ámbito social y medioambiental son fruto del esfuerzo y la implicación de un sólido equipo humano que ha sabido dar respuesta al reto constante que implica nuestra vocación de crecimiento. Esta memoria, elaborada conforme a los parámetros 2002 de Global Reporting Initiative (GRI) constituye una presentación equilibrada y razonable de este desempeño económico, corporativo, social y medioambiental por parte de nuestra organización.

Las cifras correspondientes a los resultados del ejercicio 2005 muestran una línea de continuidad en lo que se refiere tanto al crecimiento de las ventas, un 21 por ciento, como al incremento del beneficio, que creció un 26 por ciento. El volumen de negocio alcanzado, 6.741 millones de euros, consolida a Inditex como uno de los líderes mundiales del sector de la distribución de moda, con presencia de nuestros formatos en más de sesenta países.

Todos los formatos comerciales han aportado incrementos de superficie de venta, especialmente las cadenas más jóvenes. Este crecimiento, notablemente orientado hacia los mercados internacionales, se ha apoyado en inversiones superiores a 800 millones de euros en 2005, que han permitido la apertura de 448 nuevas tiendas, el 70 por ciento de ellas fuera de España. El Grupo se ha comprometido a mantener este ritmo al anunciar para 2006 inversiones en este sentido de entre 850 y 950 millones de euros.

La mayoría de estas tiendas se han abierto en Europa, continente donde contamos con más de 2.300 tiendas en 33 países. Italia y Francia, con 37 y 21 nuevas tiendas, han sido objetivos prioritarios del crecimiento, no sólo de Zara, sino también del resto de cadenas. Esta expansión multiformato se está produciendo también en países como Reino Unido, Irlanda, Grecia, Bélgica o Turquía.

En otros mercados de elevado potencial, como Alemania, Polonia o Rusia, Inditex ha llevado a cabo operaciones durante 2005 y 2006 para asumir el control de las sociedades que operan nuestras tiendas, con el objetivo de potenciar las oportunidades de negocio. Esta estrategia se ha aplicado también a nuestra filial en Japón.

Durante el año pasado se han abierto las primeras tiendas del Grupo en cinco nuevos mercados: el Principado de Mónaco, Costa Rica, Indonesia, Filipinas y Tailandia. La entrada en estos tres últimos países forma parte de la estrategia de expansión que Inditex está impulsando en la región Asia-Pacífico. Además de aumentar la presencia en Japón, principal mercado en esta área geográfica, y en los países asiáticos mencionados, se han abierto nuevas tiendas en Singapur, Hong Kong y Malasia. En esta misma línea, en 2006 se ha iniciado la actividad comercial en Shanghai, primera tienda en China continental.

Este crecimiento sostenido nos obliga a renovar los objetivos de flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de respuesta rápida al mercado que han sido claves en el éxito del modelo de negocio de la compañía. Así, áreas como la logística, los sistemas de información y, de manera especial, la incorporación y promoción de nuevos equipos humanos, van a ser materias principales de

dedicación para los gestores del Grupo, en su anunciada tarea de incrementar la superficie comercial entre un 15 y un 20 por ciento de media durante los próximos años.

Otra de las áreas a las que el Grupo va a seguir dedicando un esfuerzo continuado es el desarrollo de las políticas de sostenibilidad, tanto en el ámbito social como en el medioambiental. En este último, durante el pasado ejercicio hemos culminado el Plan Estratégico Medioambiental 2002-2005, dotando al Grupo de un Sistema de Gestión Medioambiental Global capaz de adaptarse a las necesidades derivadas del crecimiento, así como a los avances tecnológicos en materia ambiental. Asimismo, nos hemos dotado de un Nuevo Plan Estratégico, con el horizonte en 2010, cuyas líneas principales de actuación pasan por la formación continua y el avance en la ecoeficiencia de todas las actividades.

En lo que se refiere al desempeño social, en 2005 se han realizado más de 1.000 auditorías a proveedores externos en todo el mundo, con el objetivo de garantizar unas adecuadas condiciones de trabajo para sus empleados. En este campo se está produciendo un descenso en el número global de proveedores, en línea con la política anunciada de concentrar nuestra producción en aquellos fabricantes que alcanzan niveles óptimos de cumplimiento del Código de Conducta, y en 2005 hemos puesto en práctica más de 300 planes de acción correctivos en otros tantos centros de trabajo.

Por otro lado, Inditex ha continuado desarrollando programas de inversión social en países de América Latina, Asia y el norte de África, dirigidos fundamentalmente a la promoción de la educación y al fortalecimiento del tejido comunitario. Con estos programas, gestionados en todos los casos por organizaciones no gubernamentales, Inditex extiende su preocupación al entorno social que rodea los centros de producción y favorece la creación de un capital social que ayude al progreso de estas áreas geográficas.

Me gustaría subrayar, finalmente, que Inditex se incorporó en octubre del pasado año a Ethical Trading Initiative (ETI), organización formada por grandes compañías de distribución, fabricantes, sindicatos y organizaciones no gubernamentales que persigue asegurar el cumplimiento de los estándares internacionales por parte de los proveedores.

El conjunto de objetivos de futuro al que nos hemos referido hasta ahora exige un renovado esfuerzo de gestión. Para ello, en 2005 se ha reforzado la estructura ejecutiva, creando seis direcciones generales con responsabilidad sobre aspectos determinantes para la estrategia de expansión. Al frente de este equipo se ha incorporado el nuevo vicepresidente y consejero delegado, Pablo Isla. La suma de la experiencia acumulada por los profesionales del Grupo y la aportación de las nuevas incorporaciones está contribuyendo, como ha venido sucediendo durante toda la trayectoria de este grupo, al refuerzo de una cultura empresarial que ha permitido afrontar adecuadamente cada nueva etapa. El reto en el que ya trabaja nuestro equipo humano -que superará las 60.000 personas en 2006- y que va a marcar el futuro inmediato es el de asumir con el mismo esfuerzo, humildad y empeño el objetivo de desarrollar nuestra actividad de forma global, con el mercado mundial como referencia. Tengo completa confianza en que ese espíritu colectivo que ha permitido el crecimiento sostenido de Inditex estos últimos años se mantendrá para abordar estos nuevos compromisos de futuro con la misma ilusión y tenacidad.

Amancio Ortega Gaona

Presidente