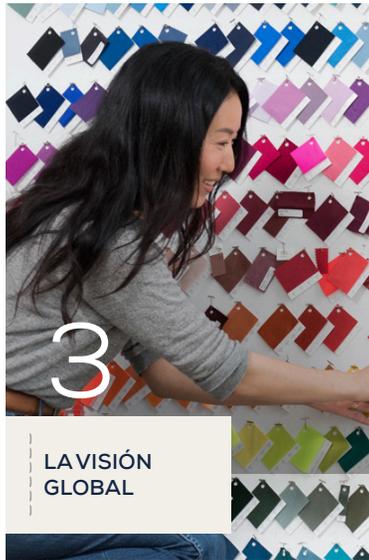




Gap Inc.

**INCLUSIVO,
POR DECISIÓN
PROPIA**

**INFORME DE
SUSTENTABILIDAD
GLOBAL 2020**



Nuestro compromiso con la sustentabilidad
Nuestro enfoque
Lo destacado de 2020
Nuestras marcas guiadas por un mismo propósito
Objetivos y progreso

3 P.A.C.E. y Empower@Work
4 Gap Inc. P.A.C.E
5 Empower@Work
6 Derechos Humanos y Diálogo Social
11 Apoyo a nuestra cadena de suministro durante la pandemia por COVID-19

15 This Way ONWard
16 Desarrollo de talento
17 Igualdad y pertenencia
18 Compromiso e Involucramiento de los empleados e impacto en la comunidad
23 Ayuda a nuestros empleados durante la COVID-19

25 Cuidado del agua
27 Mujeres y agua
29 Manejo de sustancias químicas
30 Cuidado del medio ambiente y la energía
31 Abastecimiento de materiales sustentables
32 Circularidad y desperdicios

33 Dirección sustentable
34 Prácticas de negocio responsables
36 Compromiso e involucramiento de las partes interesadas
37 Ciclo de vida del producto
39 Apéndice de ESG y afirmaciones prospectivas
40
43
44
45
46
47

SOBRE GAP INC.

Fundada en San Francisco en 1969, Gap Inc. es un minorista global líder que ofrece ropa, muebles para el hogar, accesorios y productos de cuidado personal para hombres, mujeres y niños de las marcas Old Navy, Gap, Banana Republic y Athleta.

Nuestra marca Athleta es una firma B Corp certificada que demuestra nuestro compromiso de aprovechar nuestra empresa como una forma de apoyo a la gente, al cumplir con estándares exigentes en lo que respecta al desempeño, la responsabilidad y la transparencia, tanto sociales como ambientales. Modificamos la carta legal de Athleta para convertirse en una Public Benefit Corporation de conformidad con las leyes de Delaware, EE. UU. (una sociedad sin fines de lucro para beneficio público), con el fin de mantener el compromiso de la marca con las personas y el planeta. En 2021, dejamos tanto Janie and Jack como Intermix para enfocarnos en el crecimiento de nuestras cuatro marcas de estilo de vida que valen miles de millones de dólares y que se concentran en el propósito de aprovechar al máximo la fortaleza de nuestra cartera y su plataforma.

Al final del año fiscal 2020, compramos mercancía de marca propia y no propia de alrededor de 800 vendedores con instalaciones en más de 30 países.

Al 30 de enero de 2021, teníamos aproximadamente 117 000 empleados de medio tiempo y tiempo completo. Los productos de Gap Inc. están disponibles en 40 países de todo el mundo a través de tiendas operadas por la compañía, franquicias y sitios de comercio electrónico e-commerce.

Más información > [Declaraciones anuales](#)

ACERCA DE ESTE INFORME

Este informe abarca las operaciones globales de Gap Inc. para el año fiscal 2020, que finalizaron el 30 de enero de 2021, excepto cuando se indique lo contrario. Nuestro último informe abarcaba el ejercicio fiscal 2019 y está disponible junto con nuestros informes anteriores sobre sustentabilidad en [nuestro sitio web](#).

El presente informe se enfoca en los procesos y acciones para nuestros programas clave, el avance hacia nuestras metas corporativas y de marca durante el año fiscal 2020, los preparativos para las actividades en 2020 y 2021; y un análisis de las tendencias e impacto del negocio cuando estén disponibles. Para nuestros múltiples programas, ofrecemos información detallada sobre **los objetivos, las operaciones y nuestro enfoque de gestión** al que puede accederse a través de enlaces en cada sección.

Tratamos de preparar este informe con referencia a las normas de la Iniciativa de informes globales (GRI): opción central y alineados con el marco del Consejo de Normas de Contabilidad Sustentable (SASB). Gap Inc. está comprometida con los diez principios del Acuerdo Global de las Naciones Unidas (ONU) y este informe se utiliza como nuestra Comunicación sobre el Progreso (CdP). No hemos obtenido garantías externas para este informe.

La inclusión de la información contenida en este informe se hace de buena fe en función de la información que se encuentra disponible para Gap Inc. al 30 de enero de 2021 (a menos que se especifique lo contrario). Dada la incertidumbre inherente a la hora de anticipar y modelar las condiciones futuras, debe tenerse cuidado al interpretar la información proporcionada en este informe.

Además, los controles, procesos, prácticas e infraestructuras descritas en este informe no tienen como finalidad constituir ninguna declaración, garantía u otro tipo de aseveración de que dichos controles, procesos, prácticas e infraestructuras darán como resultado ningún desenlace, resultado o logro específico de un objetivo o meta indicado.

Las imágenes de grupos de personas en este reporte que no usan cubrebocas fueron tomadas ya sea antes de la pandemia por COVID-19 o se hicieron tomando en cuenta las guías y recomendaciones de la CDC.

Si tienes preguntas relacionadas con los esfuerzos de sustentabilidad de Gap Inc. o el contenido de este informe, comunícate con sustainability@gap.com

NUESTRO COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD

Gap se fundó en 1969 con una idea sencilla: facilitar la búsqueda de un par de jeans adecuados, con el compromiso de hacer más. En los más de 50 años desde aquel entonces, la compañía ha desarrollado cuatro marcas que ahora valen miles de millones de dólares, todas ellas guiadas por un mismo propósito. Asimismo, nuestro compromiso inicial de dar más se convirtió en una ambición global de defender la igualdad, la inclusión y la sustentabilidad.

Nos llena de orgullo fabricar productos que nuestros clientes aman, al mismo tiempo que les ayudamos a ellos, a nuestra comunidad y al planeta. Una parte clave de la visión del éxito de Doris y Don fue abrir oportunidades para las personas y las comunidades involucradas con nuestro negocio en todo el mundo. Hoy en día, estamos trabajando más que nunca para que nuestro negocio sea más sustentable, y para ello buscamos establecer objetivos audaces, diseñar nuevos programas y asociarnos con otras personas y entidades para lograr cambios positivos en nuestra industria.

Cada una de nuestras marcas ha asumido un sólido compromiso para ayudarnos a cumplir con nuestro propósito de ser inclusivos por decisión propia, y están guiadas por los comités ejecutivos de gobierno en materia de sustentabilidad. Reconocemos que los compromisos no son suficientes y estamos dedicados a demostrar el progreso de nuestras metas y nuestro impacto mediante el uso de la innovación, la colaboración en el sector y la colaboración con organizaciones de expertos y las comunidades en las que operamos.

Cada una de las marcas de Gap Inc. lidera áreas específicas de nuestra estrategia de sustentabilidad, dándoles la oportunidad de profundizar las relaciones con los clientes de maneras nuevas, diferenciadas y significativas. Su trabajo está guiado por un comité ejecutivo de dirección sustentable, que le da el poder a cada marca de construir una estrategia que se apegue a su identidad mientras persigue un impacto ambiental y social significativo.



MENSAJE DE SONIA SYNGAL, CEO DE GAP INC.

“Crear un futuro más vibrante y sustentable para nuestras familias y clientes, nuestras comunidades y nuestro negocio nunca había sido más importante. La pandemia de COVID-19 dejó clara la apremiante necesidad de colaboración e innovación que aborda el cambio climático y las barreras sistémicas para la igualdad y la oportunidad. Los retos a los que ahora nos enfrentamos no son menores a los que teníamos hace casi 20 años, cuando al ser la primera tienda de ropa minorista en lanzar un reporte de responsabilidad social, primero articulamos nuestros objetivos y nos comprometimos a compartir nuestro progreso.

Llevamos a cabo cambios significativos y la voluntad de trabajar juntos, así como nos hemos comprometido a hacerlo de la mano de otros signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Cada día, de la mano de socios, vendedores y defensores, estamos usando el poder de nuestros valores en escala

para ser una fuerza de bien en el mundo, desde tener una huella de carbono cero para el 2050 hasta asociarnos con nuestros productores para ahorrar agua al crear los productos, solicitar a los proveedores que paguen de forma digital a sus empleados, contratar y preparar a la siguiente generación de líderes, dando habilidades de vida esenciales a más de 800 mil mujeres en la cadena de suministro global, y más.

A los socios que nos apoyan y nuestros equipos que lideran este trabajo: gracias por vivir nuestro propósito de ser inclusivos por decisión propia. Juntos, estamos creando más que solo un negocio, industria y planeta sustentables y justos para todos.”



NUESTRO ENFOQUE



En Gap Inc., la sustentabilidad es una prioridad clave para nuestro negocio e impulsa nuestro potencial. Siempre hemos liderado con el ejemplo de hacer lo correcto, pero para Gap Inc., uno de los líderes a nivel mundial de portafolios de ropa con un grupo de cuatro marcas de miles de millones de dólares dedicadas a un mismo propósito, la sustentabilidad es un requisito del negocio.

Nuestro camino comenzó con los valores que definieron nuestros fundadores, Doris y Don Fisher, y es un camino por el que seguiremos viajando, escuchando y aprendiendo año con año. Una mujer fundadora que tenía la misma participación en la sociedad que su esposo condujo a una perspectiva única del negocio, y esa visión es la que nos impulsa a buscar el éxito a largo plazo. Es por eso que optamos por la sustentabilidad a través de un objetivo de inclusión.

Tenemos la responsabilidad de abordar los desafíos sociales y medioambientales, que son sistémicos y complejos y que siempre

van interconectados. En Gap Inc. utilizamos la frase "Inclusivos por decisión propia" para orientar nuestra visión integral de la sustentabilidad que, en el fondo, se trata de utilizar la escala de nuestro negocio y la influencia de nuestras marcas para mejorar la vida de las personas y las comunidades en las que vivimos. Tenemos un enfoque balanceado en la manera de empoderar a las mujeres, dar lugar a oportunidades y enriquecer a las comunidades y al medio ambiente.

Estamos comprometidos con el crecimiento de nuestro negocio al habilitar condiciones de trabajo justas y seguras para las personas que fabrican nuestros productos, lo que permite el acceso y las oportunidades en nuestro negocio y aborda el impacto ambiental en nuestra cadena de valor. Para lograr estas metas, creemos en un enfoque multidisciplinario que trabaja forjando alianzas en el sector para permitir el progreso, abordar los impactos en instalaciones (tanto propias como operadas por nosotros) y lograr que nuestros clientes y empleados construyan un mundo más sustentable.

Nuestros programas tienen tres áreas focales que, juntas, nos ayudarán a generar un ecosistema sustentable.

EMPODERAR A LAS MUJERES

Nuestro negocio está basado en las mujeres. Ellas constituyen la mayoría de nuestras clientes, nuestras líderes, nuestras empleadas y nuestra cadena de suministro de ropa. Además, estamos realizando inversiones líderes en el sector para garantizar que tengan la facultad de alcanzar su máximo potencial.

CREAR OPORTUNIDADES

Construir economías sustentables y una cultura de igualdad y pertenencia significa que utilizamos los activos y la escala de nuestro negocio para permitir el acceso a las oportunidades.

COMUNIDADES ENRIQUECEDORAS

Gap Inc. se ha comprometido a convertirse en una empresa que genere cero huella de carbono y haga un uso positivo del agua para el año 2050. Para lograrlo, buscamos eliminar los plásticos de un solo uso de nuestra cadena de valor y practicamos una economía circular para proteger los recursos naturales y garantizar comunidades saludables para las futuras generaciones.



Estas problemáticas son las más importantes para nuestro negocio y donde creemos que podemos tener el mayor impacto, ya sea al trabajar a través de nuestras marcas, en asociaciones público-privadas o en consorcios con nuestra industria. En este informe, puedes leer acerca de nuestros progresos permanentes contra estos problemas y las estrategias que estamos empleando para cumplir con estas metas tan ambiciosas.

Nuestra estrategia está alineada con la agenda de sustentabilidad internacional y guiada por marcos que incluyen los Principios Rectores de la ONU sobre negocios y derechos humanos, los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) de la ONU y el Acuerdo de París sobre el cambio climático.

Mientras que el cambio climático generó incendios forestales en el poniente de los Estados Unidos, la inequidad racial sistémica hizo que millones de personas salieran a las calles en forma de protesta y una pandemia apagó la economía global. El año 2020 nos recuerda que estamos en esto juntos, que colaborar y trabajar juntos es fundamental. Gap Inc. agradece a nuestros socios de negocios, a la sociedad civil y al gobierno, incluidos aquellos que, como nosotros, se han inscrito en el Acuerdo Global de las Naciones Unidas (UNGC) para respaldar un futuro sustentable. Al trabajar juntos, podemos desarrollar una mayor resiliencia y generar cambios.

En Gap Inc., la sustentabilidad es lo que alimenta nuestro negocio y es vital para asegurar el futuro. Nuestros clientes buscan ropa que refleje sus valores. Creemos completamente que podemos fabricar productos y fomentar experiencias fascinantes para nuestros clientes, al tiempo que garantizamos la generación de oportunidades y comunidades más prósperas.

Sally Gilligan

Sally Gilligan
Directora de transformación de crecimiento,
Gap Inc.

ASPECTOS DESTACADOS DE 2020



**SOCIAL:
EMPODERAR
A LAS MUJERES**

EMPOWER@WORK

Se desarrolló Empower@work con HERproject de BSR, CARE y Better Work de la OIT para obtener conocimientos, habilidades y redes que impulsen la acción colectiva en beneficio de las mujeres trabajadoras y la equidad de género en las cadenas de suministro globales.

Para abordar la igualdad de género, Gap Inc. definió cuatro nuevas metas de empoderamiento de la mujer para 2025, orientadas a lugares de trabajo con equidad de género y a abordar la violencia de género.

LÍDERES

58 %

de nuestros líderes senior son mujeres, muchas de ellas en puestos "normalmente" ocupados por los hombres.

Fábricas P.A.C.E.

Más de 804K

P.A.C.E. alcanzó a más de 804 000 mujeres y niñas, incluyendo cerca de 200 000 trabajadoras de confección en 2020.

PERSONAS IMPACTADAS

650K

A través de la Alianza Mujeres + Agua de USAID y Gap Inc., se mejoró el acceso al agua potable y a la higiene para 650 000 personas en comunidades de cultivo de algodón y producción de textiles en la India.¹



**ENTORNO:
COMUNIDADES
ENRIQUECEDORAS**

CADENA DE SUMINISTROS

El 89 %

de nuestras instalaciones de fabricación y el 80 % de nuestros talleres estratégicos completaron el índice de Módulos de medio ambiente de instalaciones de Higg (FEM).

AMBIENTE

39 %

Proyectos de energía solar y eólica lanzados a finales del 2020, que llevaron a una reducción del 30 % de emisiones de gases de efecto invernadero en nuestras instalaciones propias y operadas en comparación al 2017.

AGUA

1 500 millones

Desde el inicio de la alianza con Arvind Water en 2019, se ahorraron más de 1,5 mil millones de litros de agua.²

DESPERDICIOS

13 %

Se desvió el 13 % de nuestros desperdicios de plásticos de un solo uso.



**SOCIAL: CREAR
OPORTUNIDADES**

JÓVENES

912

This Way ONward contrató a 912 jóvenes en 2020 y está en camino a alcanzar su meta de llegar al 5 % de empleados de nivel básico en la tienda para 2025.

CONTRATACIÓN DE OPORTUNIDADES

Los nuevos socios en 2021 incluyen la Asociación de tiendas de campaña para refugiados y la Coalición empresarial de segunda oportunidad.



DIRECCIÓN

12

miembros del consejo: 10 son independientes, 5 son mujeres, 3 son personas de color.

**SUPERVISIÓN
DEL CONSEJO
DIRECTIVO**

Comité a nivel del consejo directivo que está a cargo de la supervisión plena de las metas y la estrategia del ESG.

1. Incluye: apoyar a las comunidades a desarrollar planes de acción entre la población para contar con agua limpia, ayudar al gobierno en su planificación, financiamiento y mantenimiento de servicios de agua en tuberías; y micropréstamos catalizadores de conexiones de tuberías de agua, bombas manuales de agua, almacenamiento de agua, estructuras de recopilación de agua de lluvia, filtros de agua y sanitarios.
2. La alianza con Arvind Water es un esfuerzo en conjunto de Gap Inc. y Arvind Limited. El proyecto comenzó a operar en noviembre de 2019. Los ahorros referenciados son de noviembre de 2019 a junio del 2021.

NUESTRAS MARCAS GUIADAS POR UN PROPÓSITO

Creamos marcas de miles de millones de dólares enfocadas en un propósito, que tienen un impacto duradero sobre las personas y el planeta.

Nuestro enfoque se basa en nuestra rica historia de empoderamiento de las mujeres y en la generación de oportunidades para que las personas tengan éxito en la fuerza de trabajo y la administración responsable del agua.

Cada una de nuestras marcas realiza trabajos de liderazgo en nuestros tres áreas de enfoque, dándoles la oportunidad de profundizar las relaciones con los clientes de maneras nuevas, diferenciadas y significativas.



OLD NAVY

Old Navy abrió su primera tienda en 1994 y hoy es una de las marcas de ropa más grandes del mundo. Old Navy tiene la misión de garantizar que el mundo funcione bien creando un mejor futuro para las próximas generaciones a través de la inclusión, las oportunidades y la sustentabilidad. Old Navy cree en democratizar el estilo mientras le demuestra su amor a la Madre Tierra. Un lugar donde todos sienten que pertenecen y donde toda la ropa se hace con amor, no solo para la madre tierra, sino para nuestros hijos y sus hijos. Y sus hijos también. Esta es la Misión Imagina. Esto es Old Navy.



Arriba: Ryan Hickman, Compañía de reciclaje de Ryan

IMAGINE

a more inclusive future

EMPODERAR A LAS MUJERES

Inclusión

Old Navy, junto con Gap Inc., se **comprometieron a cambiar** para sus empleados, su marca y sus comunidades. En apoyo de la democracia del estilo y la creación de ropa para todos, Old Navy ofrece 216 tamaños en toda la familia y creó colecciones sin género desde niños hasta adultos. La colaboración permanente de Old Navy con Open to All protegerá a los clientes de la discriminación mediante el compromiso de estar abierto a todos.

a brighter future

CREAR OPORTUNIDADES

This Way ONward

This Way ONward, conocida anteriormente como This Way Ahead, impulsa a la próxima generación de líderes con las habilidades y la confianza que necesitan para tener éxito en el lugar de trabajo. Desde 2007, el programa ha creado un valioso canal de talentos diversos. Con la tarea de brindar 20 000 oportunidades de empleo para 2025 a jóvenes desatendidos, Old Navy ya está a mitad del camino de cumplir su compromiso con cerca de 10 000 graduados del programa. Nuestra encuesta de evaluación de 2020 reveló que los nuevos empleados de This Way ONward tienen un sentido de pertenencia hacia Old Navy, se sienten avalados por sus gerentes y se muestran emocionados por su trabajo.

a greener future

COMUNIDADES ENRIQUECEDORAS

Agua

Old Navy trabaja en la meta de tener el 100 % de su denim hecho con técnicas de ahorro de agua para el año 2022. Hasta el verano de 2021, el 91 por ciento de la variedad de denim de Old Navy incorpora técnicas de ahorro de agua, con un ahorro de mil millones de litros de agua hasta el momento.

Textiles

Old Navy está en camino a cumplir con su meta de que el 100 % de su algodón sea de origen sustentable para 2022 y está comprometido con el aumento del uso del algodón reciclado en la variedad de denim. Además, la marca se compromete a convertir el 60 % de su poliéster tradicional en poliéster reciclado para el año 2025.

Plástico

Old Navy está reduciendo los desperdicios de plástico en la cadena de suministro y eliminará todas las bolsas de ropa de plástico en las tiendas de EE. UU. y Canadá para el año 2023. Old Navy está en camino a finalizar el año 2021 con el 100 % de participación de nuestras tiendas Old Navy de EE. UU. y Canadá en un programa de reciclaje de ganchos que envía los ganchos a quienes los reciclan en vez de a los rellenos sanitarios.

Además, en reconocimiento al 51 aniversario del Día de la Tierra en 2021, Old Navy financió las campañas GoFundMe a favor del planeta de 51 jóvenes y nombró a "Recycling Ryan", de siete años, como su nuevo Director de Funcionamiento.

Más información

› [Oldnavy.com/Imagine](https://oldnavy.com/Imagine)



Gap se dedica a usar menos agua, materiales más sustentables y a dar a la sociedad. Aunque la marca sabe que la sustentabilidad es un camino constante, continúa haciendo grandes progresos. Desde la fibra a las telas y hasta la fábrica, la ropa en la que te encanta vivir está hecha de manera responsable y con respeto al planeta que todos compartimos. Esa es la misión de Gap.



“Queremos garantizar que las futuras generaciones tengan acceso a agua limpia para su salud, trabajo y diversión. Muchas regiones de cultivo de algodón presentan un alto nivel de tensión hídrica. El agua es fundamental para la salud y el bienestar de las personas que fabrican nuestros productos, la mayoría de los cuales son mujeres (80 por ciento).”

Mark Breitbard, presidente y director ejecutivo de la marca Gap, del Día mundial del agua del mandato de agua del director ejecutivo del pacto global de las Naciones unidas 2021

EMPODERAR A LAS MUJERES

El agua es un derecho humano

Gap está orgulloso de apoyar a la **Alianza Mujeres + Agua** de USAID, Inc. en su acción colectiva para mejorar el acceso al agua y al saneamiento de dos millones de personas de comunidades de producción de algodón y de producción textil en la India para el año 2023.

Empower@Work

Uno de los impactos más devastadores de la COVID-19 ha sido el hecho de que las mujeres trabajadoras de todo el mundo están más propensas a perder su empleo y buscar otras formas de apoyar a su familia. La marca Gap está comprometida a que, para 2025, el 100 % de las fábricas participarán en **Empower@Work**, un programa centrado en desarrollar e implementar programas sustentables, sistémicos y escalables que promuevan la igualdad de género en las cadenas de suministro globales para impulsar a las mujeres y a sus familias durante las próximas generaciones.

COMUNIDADES ENRIQUECEDORAS

Generación positiva

En el Día Mundial del Agua de la primavera del 2021, Gap presentó su colección más sustentable hasta el momento: **Generación positiva**. Es un compromiso con las personas que fabrican la ropa de Gap, las personas que la usan y el planeta. Diseñada con sustentabilidad de siguiente nivel en mente, esta colección de jeans, playeras y sudaderas cumple con todos los compromisos de su Lista buena: menos desperdicios, menos agua, menos emisiones, mejores materiales y respaldo para los trabajadores.

Washwell

Gap continuó con los compromisos de **Gap For Good** con el programa Washwell, que ayuda a ahorrar más de 402 millones de litros de agua desde 2016, lo suficiente para llenar 804 millones de botellas de agua, en comparación con los métodos convencionales. A fines de 2020, el 91 por ciento de la denim calificada formaba parte del programa Washwell. Gap va encaminado a alcanzar el 100 % para el otoño de 2021, superando por mucho su meta del 75 %.

Circularidad

Gap ha reiterado su compromiso con el desafío de Rediseño de jeans de la Fundación Ellen MacArthur para el diseño de denim para una economía circular: lograr un denim con producción más sustentable y duradera, fabricada para volver a hacerse.

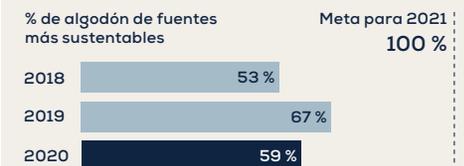
Para ayudar a mantener los productos en uso el mayor tiempo posible, Gap inició una alianza con **Give Back Box**. Los clientes pueden reutilizar el empaque del correo, empacar ropa, zapatos y accesorios con poco uso e imprimir una etiqueta de envío gratuito. Todas las donaciones se envían a una organización de beneficencia necesitada.

Mejores materiales

En 2021, Gap se inscribió al desafío de poliéster reciclado que la industria textil se planteó cumplir para el año 2025. En este desafío, se les pide a las marcas de ropa que se comprometan de forma colectiva a aumentar el porcentaje de poliéster reciclado en la industria, del 14 % en 2019 al 45 % para 2025. Gap está en buen camino para alcanzar este objetivo.

Algodón

META OBTENER EL 100 % DEL ALGODÓN DE FUENTES MÁS SUSTENTABLES PARA 2021



Más información

› [Gap For Good](#)

BANANA REPUBLIC

Banana Republic se fundó con la visión de mundos imaginarios, recorridos por aquellos encantados con el espíritu de la aventura. Desde sus inicios, la marca ha desatado al soñador, celebrando a los pioneros, aventureros e inventores que viven dentro de todos nosotros. En línea con nuestro legado de imaginación, Banana Republic busca crear un mundo donde el estilo sea inclusivo, sustentable y aspiracional; un mundo en el que lo impensable e inesperado es posible.

COMUNIDADES ENRIQUECEDORAS

Alineado con su compromiso de lujo a conciencia, Banana Republic reinició su **sitio de sustentabilidad** e incluso superó algunas de sus metas antes de la fecha límite.

Economía circular

- Más del 60 % de los materiales empleados en su colección 2020 proceden de fuentes más sustentables, incluidos los estilos de denim diseñados y creados teniendo en cuenta la capacidad de reciclaje.
- Banana Republic se asoció con el proyecto de rediseño de jeans de la Fundación Ellen MacArthur para presentar un denim de algodón orgánico, un desafío para rediseñar el denim en consonancia con los principios de la economía circular.
- La marca presentó su colección de cápsula de época BR, luego liberó 225 prendas de época elegidas de las colecciones de los años 80's, 90's y 2000. La alianza continuará con los proveedores de terceros que han creado obras de época de las últimas décadas y que lanzaron su propia colección de época en línea.

- Además, la marca ha realizado una alianza de edición limitada con Paravel, marca de artículos de primera necesidad que se especializa en productos que utilizan materiales y prácticas sustentables.

Agua

- La marca continúa explorando técnicas innovadoras de teñido y métodos de lavado para guardar el agua, al tiempo que garantiza canales más claros a través de la implementación de técnicas innovadoras como bio-suavizantes, tintes de espuma, Washwell y el uso de algodón reciclado y orgánico.
- El ahorro de agua ha sido un gran esfuerzo para la marca: en 2020, ahorró 19,99 millones de litros de agua.
- Banana Republic también está financiando en su totalidad una explotación agrícola mientras trabaja hacia la certificación orgánica, para mejorar la vida de los agricultores y fortalecer a las comunidades.

Materias primas

- Los suéteres de Banana Republic y otros productos creados bajo el programa global Responsible Wool Standard ayudan a proteger a las ovejas que suministraron la lana y la tierra en la que pastan.
- Banana Republic continúa evaluando y experimentando con la manera de comunicar y enseñar a los clientes sobre sus productos sustentables:
 - Glosario consciente
 - Lujo consciente
 - Compra consciente
- Banana Republic está comprometida a respaldar la producción responsable de piel en todo el mundo y es un miembro orgulloso del Leather Working Group (LWG).

Más información
[> Banana Republic](#)





Con su certificación B Corp, Athleta está comprometida a utilizar nuestra empresa como una forma de apoyo para cumplir con la misión de impulsar el potencial sin límites de todas las mujeres y niñas. Athleta busca avanzar a través de sus valores centrales de inclusión, mujeres que apoyan a mujeres y el impacto ambiental. En 2020, Athleta realizó progresos sustanciales con respecto a sus primeros objetivos de sustentabilidad y tuvo aprendizajes significativos sobre las metas que establecerá para el futuro.

EMPODERAR A LAS MUJERES

Fondo Power of She

En 2020, se instituyó el fondo Power of She junto con la Women's Sports Foundation (la Fundación de deportes de la mujer), con planes para aportar \$2 millones para mejorar la vida de las mujeres y niñas con dos tipos de subsidios entre 2020 y 2023:

- La beca "Move Together", otorgada a tres organizaciones en 2020, ayuda a las niñas y a las mujeres a desarrollar estilos de vida activos y saludables y a desarrollar un sentido de comunidad y pertenencia.
- La beca "Wellness for All", otorgada a 10 receptores en 2020, apoya a las empresarias de color y organizaciones comprometidas con hacer que el bienestar y el ejercicio físico sean más accesibles e inclusivos para las comunidades BIPOC femeninas.

CREAR OPORTUNIDADES

Comercio justo

A través de su alianza permanente de Confección de comercio justo, Athleta brindó apoyo a los trabajadores de confección y a sus comunidades aledañas en Sri Lanka con \$232 000 en fondos de primera calidad en 2020. Los trabajadores eligieron utilizar estos fondos para renovar una escuela local y como asistencia financiera contra la COVID-19 para muchas familias. Desde 2016, Athleta ha contribuido con \$958 000 en recompensas a trabajadores en Sri Lanka.

COMUNIDADES ENRIQUECEDORAS

Energía renovable

En diciembre de 2020, la granja solar de Athleta en Carolina del Norte cobró vida, ayudando a compensar el 100 % de su huella operativa en los Estados Unidos. Este acuerdo de compra energética es el primero en su tipo y se creó a través de la colaboración entre sectores de cinco compañías diferentes. Este grupo corporativo de agregación de energía renovable fungirá como inquilino principal de un gran proyecto solar fuera de sitio y creará un nuevo modelo rentable y replicable que abre el mercado de la energía renovable a compañías que buscan comprar cantidades más pequeñas de energía.

Más información
[> Athleta](#)



OBJETIVOS Y PROGRESO

Hacernos responsables es fundamental para nuestro acercamiento a la sustentabilidad.

Resumido en las siguientes tablas están nuestros objetivos clave, progresos hasta la fecha y hacia dónde nos dirigimos en el futuro. Todos los años objetivo se refieren al final del año fiscal. Datos del reporte a lo largo del año fiscal 2020 (30 de enero de 2021).³



- En camino
- Necesita atención
- Nuevo objetivo anunciado en 2020 o 2021
- ★ Objetivo alcanzado

EMPODERAR A LA MUJER Y LOS DERECHOS HUMANOS	Objetivo Año	Estatus	Avance
Llegar a 1 millón de mujeres y niñas a través de P.A.C.E.	2022	●	Más de 804 000 mujeres y niñas alcanzadas desde 2007
El 100 % de nuestras fábricas estratégicas ⁴ invierten en empoderar a la mujer a través de la participación en Empower@Work	2025	●	Seguimiento en curso
El 100 % de los trabajadores empleados en nuestras fábricas estratégicas serán escuchados a través de los comités de trabajo representantes y de equidad de género.	2025	●	Seguimiento en curso
El 100 % de nuestras fábricas estratégicas habrán alcanzado la paridad de género en los puestos de supervisión.	2025	●	Seguimiento en curso
El 100 % de nuestras fábricas contarán con sistemas de prevención y gestión de respuestas y capacitaciones para abordar la violencia de género.	2025	●	Seguimiento en curso
El 80 % del abastecimiento de Gap Inc. se asignará a proveedores con calificación verde.	2025	●	Seguimiento en curso
El 100 % de las instalaciones de Nivel 1 de Gap Inc. y de los talleres estratégicos de Nivel 2 participarán en los esfuerzos de todo el sector, incluidos SLCP y/o Better Work de la OIT.	2023	●	Seguimiento en curso

3. Todos los objetivos anunciados para el 2020 están listados como "nuevos" en este reporte incluso si aparecieron como un nuevo objetivo en el Reporte de sustentabilidad global de Gap Inc. del 2019, publicado en octubre de 2020.

4. Las fábricas representaron el 80 % del volumen total de negocios.

● En camino ● Requiere atención ● Nuevo objetivo anunciado en 2021 o 2021 ★ Objetivo cumplido

CREAR OPORTUNIDADES	Objetivo Año	Estatus	Avance
Contratar al 5 % de empleados de nivel básico de la tienda de This Way ONward cada año.	2025	●	En 2020, el 2,1 % de los empleados de tienda de nivel básico de Old Navy fueron contratados a través de This Way ONward.
Llegar a 20 000 jóvenes a través de This Way ONward.	2025	●	Desde el lanzamiento del programa en 2007, han participado 9113 jóvenes.

IGUALDAD Y PERTENENCIA	Objetivo Año	Estatus	Avance
Duplicar la representación de empleados negros y latinos en todos los niveles en nuestras oficinas centrales de EE. UU.	2025	●	Seguimiento en curso
Aumentar la representación de empleados de color en un 50 % en nuestros puestos de liderazgo en tiendas de EE. UU.	2025	●	Seguimiento en curso



● En camino ● Requiere atención ● Nuevo objetivo anunciado en 2021 o 2021 ★ Objetivo cumplido

COMUNIDADES ENRIQUECEDORAS				Objetivo	Año	Estatus	Avance
AGUA Impacto neto positivo del agua en las regiones con tensión hídrica para el año 2050	Cadena de valor resiliente al agua.	2030	●	Establecer niveles basales y objetivos basados en el contexto.			
	Empoderar a 2 millones de personas, incluyendo a 1 millón de mujeres, con un mejor acceso al suministro de agua y la higiene.	2023	●	Seguimiento en curso			
	Trabajar para lograr cero descargas de productos químicos peligrosos en nuestra cadena de suministro: el 100 % de la ropa con acabado DWR/ protección antimanchas estuvieron libres de perfluorocarburos (PFC).	2023	●	El 7 % del producto repelente al agua y a las manchas se elaboró con acabados no basados en PFC.			
	Ahorrar 10 mil millones de litros de agua en la producción con respecto a 2014.	2020	★	Se ahorraron 11 300 millones de litros de agua al cierre de 2020.			
DESPERDICIOS Y CIRCULARIDAD	Eliminar los plásticos de un solo uso	2030	●	Seguimiento en curso			
	Desviar el 80 % de los residuos del relleno sanitario en nuestras instalaciones de EE. UU.	2020	●	Datos del año fiscal 2020 no disponibles Información adicional en la pág. 40			
				CLIMA			
				Carbono en toda nuestra cadena de valor para el año 2050			
				Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de Alcance 3 provenientes de bienes y servicios adquiridos en un 30 % con respecto a 2017.	2030	●	Los datos del Alcance 3 de 2020 estarán disponibles en 2022.
				Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de Alcance 1 y 2 en un 90 % con respecto a 2017.	2030	●	Nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 en 2020 se redujeron en un 39 % con respecto a 2017.
				Obtener energía eléctrica 100 % renovable para nuestras instalaciones propias y de terceros a nivel global con respecto a 2017.	2030	●	En 2020, el 17 % de nuestro uso de energía se originó a partir de fuentes renovables.
				Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de Alcance 1 y 2 en un 50 % con respecto a 2015.	2020	★	En 2020 alcanzamos nuestra meta de disminuir las emisiones de Alcance 1 y 2 en un 50 % con respecto a 2015..
				BIODIVERSIDAD			
				Eliminar el uso de fibras de origen maderero procedentes de bosques antiguos y en peligro de extinción.	2025	●	El 98 % de nuestro volumen de fibras celulósicas cumplieron con nuestro compromiso.
				Obtener el 100 % del algodón de fuentes más sustentables	2025	●	54 % del algodón se originó en fuentes más sustentables.

SOCIAL

EMPODERAR A LA MUJER Y LOS DERECHOS HUMANOS

Nuestro negocio está basado en las mujeres, desde nuestras líderes del negocio hasta nuestras clientes y aquellos que trabajan en la cadena de suministro de ropa, y estamos realizando inversiones líderes en el sector para ayudar a garantizar que tengan la facultad de alcanzar su máximo potencial.

Conoce nuestro trabajo de largo plazo para descubrir nuevas posibilidades para las mujeres y las adolescentes de todo el mundo. Estos programas están impulsados por alianzas innovadoras con proveedores, colegas del sector, organizaciones gubernamentales, institutos de educación, organizaciones no gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil que muestran nuestra entrega al empoderamiento de las mujeres.

Mira cómo nuestras inversiones se enfocan en el avance de la carrera profesional, la capacitación en habilidades y la lucha contra la violencia de género (GBV) en nuestra cadena de suministro. Nuestros programas complementarios, que pueden implementarse solos o juntos, abordan la igualdad y la violencia basadas en el género, respaldan la inclusión financiera y brindan oportunidades a las trabajadoras para que adquieran las habilidades y los instrumentos para hacer que sus opiniones se escuchen y avanzar en el trabajo.

EN ESTA SECCIÓN

P.A.C.E. y Empower@Work	15
Gap Inc. P.A.C.E	16
Empower@Work	17
Derechos Humanos y Diálogo Social	18
Apoyo a nuestra cadena de suministro durante la pandemia por COVID-19	23

P.A.C.E. Y EMPOWER@WORK

En 2007, lanzamos nuestro programa de desarrollo profesional y crecimiento personal de Gap Inc., llamado P.A.C.E., en colaboración con instalaciones de proveedores para aportar a las mujeres habilidades fundamentales de la vida, capacitación técnica y respaldo para progresar en el trabajo y en sus vidas. Desde entonces, hemos ampliado el programa a los entornos de la comunidad y a más países.

En 2019, Gap Inc. utilizó nuestro programa P.A.C.E. para convertirse en uno de los miembros fundadores de Empower@Work junto con Better Work,

HERproject de Business for Social Responsibility (BSR) y CARE, quienes operan con el respaldo del Centro Internacional de Investigación sobre la Mujer (ICRW). Empower@Work aprovecha el poder de la acción colectiva para empoderar a las trabajadoras, incorporar la igualdad de género en las prácticas comerciales y catalizar el cambio de políticas y sistemas al alinear la capacitación en empoderamiento de la mujer y los esfuerzos de desarrollo de habilidades en la industria de las prendas de vestir. Empower@Work se concentrará en desarrollar e implementar programas sustentables, sistémicos y escalables que promuevan la igualdad de género en las cadenas de suministro globales.

Estos programas de marca que se orientan directamente a las mujeres son la base para muchas de nuestras otras metas, que se detallan en la [pág. 11](#).



OBJETIVOS

Alcance

1 millones de mujeres y niñas por medio de P.A.C.E. para el año 2022.

100 %

de nuestras fábricas estratégicas ⁵ invierten en empoderar a la mujer a través de la participación en Empower@Work para el 2025.

100 %

de las fábricas de Athleta y Gap participarán en Empower@Work para el año 2025.

Mediremos el desempeño en comparación con nuestro objetivo Empower@Work al evaluar el porcentaje de fábricas que tienen al menos el 50 % de las trabajadoras inscritas. Evaluaremos más a fondo la medida en que las fábricas institucionalizan Empower@Work como parte de sus procesos de gestión de RR.HH., incluyendo cómo se lo presentan a los trabajadores y demuestran el compromiso con el programa desde los niveles superiores de dirección.

5. Las fábricas representaron el 80 % del volumen total de negocios.

P.A.C.E. DE GAP INC.

Hoy en día, P.A.C.E. tiene tres ejes: lugar de trabajo, comunidad y academia. Ofrecemos nuestros programas de la comunidad de P.A.C.E. en múltiples industrias y entornos a comunidades de todo el mundo en colaboración con organizaciones no gubernamentales locales, gobiernos, marcas y escuelas.

En 2020, P.A.C.E. alcanzó, en conjunto, a más de 804 000 mujeres y niñas, incluidas más de 199 000 solo en 2020. También integramos el programa de trabajo de P.A.C.E. en nuestro programa de sustentabilidad de proveedores, el cual pone la participación y el desempeño de P.A.C.E. en el cuadro de calificaciones del proveedor de Gap Inc., y les indica a los proveedores que el programa es una prioridad estratégica y una expectativa de nuestra alianza comercial con ellos.

Continuamos creciendo en la comunidad a través de alianzas estratégicas, incluidas las instituciones gubernamentales y educativas. En 2020, anunciamos una alianza de tres años con el Ministerio de

Desarrollo Rural (MoRD) de la India. Esto da continuidad a nuestro exitoso piloto con el MoRD en 2019, en el que 2000 jóvenes participaron en un programa de P.A.C.E. en los estados de Kerala y Chhattisgarh en la India.

También en 2020, comenzamos programas con la Acción Kampuchea para la Educación Primaria (KAPE), el Ministerio de Educación en Camboya y CARE Internacional en Indonesia, para llegar a más de 12 547 personas a través de nuestro programa de estudios P.A.C.E. para chicas adolescentes.

Frente a la COVID-19, aceleramos nuestros esfuerzos en torno a la tecnología digital para P.A.C.E. En 2019, lanzamos una plataforma de aprendizaje en línea para instructores de P.A.C.E. y rápidamente se inició la capacitación digital de instructores (TOTs) a gran escala en 2020, lo que puso miles de horas de contenidos disponibles en línea. En 2021, comenzaremos a desarrollar una plataforma de aprendizaje digital más integral con la flexibilidad de ofrecer sesiones presenciales, híbridas y completamente virtuales.

Puedes obtener más información sobre P.A.C.E. en [nuestro sitio web](#).

PROGRESO DESDE EL 2007

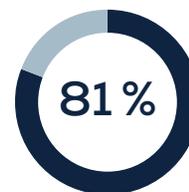


804 000+
mujeres y niñas alcanzadas

5 000+
instructores P.A.C.E. certificados

75 %
de los proveedores de la cadena de suministro asumieron compromisos de implementar capacitación P.A.C.E. para 2022

IMPACTO DEL 2020



aumento de habilidades de comunicación



aumento de habilidades de ejecución

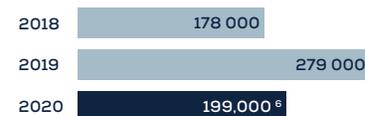


aumento de habilidades de alfabetización financiera

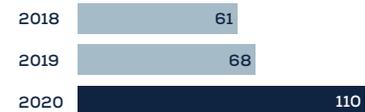
3,38 %
tarifa de rotación de las mujeres capacitadas en P.A.C.E.⁷ en comparación con el 8,99 % de sus compañeros.

CRECIMIENTO POR AÑO

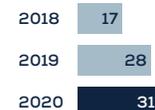
Mujeres y niñas alcanzadas



Proveedores



Socios comunitarios



Abastecimiento de dólares

Porcentaje que se gastó con proveedores de P.A.C.E.



6. La programación y participación de P.A.C.E. se vio limitada en 2020 debido a las restricciones aplicables a las reuniones en persona debido a la COVID-19 en muchas de nuestros sitios de implementación.
7. De acuerdo con una muestra de 41 instalaciones.

EMPOWER @WORK COLLABORATIVE

El primer resultado de Empower@Work fue el conjunto de herramientas abiertas de capacitación para trabajadores de Empower@Work. El conjunto de herramientas, disponible [aquí](#), ha sido reconocido como un programa de buenas prácticas para empoderar a las mujeres en la cadena de suministro de prendas de vestir.

Partiendo del éxito del conjunto de herramientas, Empower@Work ahora se enfoca en crear un sólido modelo de implementación e impacto que dará vida a la programación de empoderamiento de las mujeres, que va más allá de la capacitación del trabajador para impulsar también los sistemas y cambios del mercado necesarios para dar lugar a cambios duraderos y positivos para las trabajadoras.

Conoce más sobre Empower@Work en [nuestro sitio web](#).

PROGRESO DE 2020

Si bien la COVID-19 limita nuestra capacidad de realizar programas de capacitación en persona, realizamos progresos significativos tanto en nuestro programa P.A.C.E. como en nuestra alianza Empower@Work.

Reconocemos que la COVID-19 ha tenido un impacto devastador en muchas comunidades donde se fabrica nuestra ropa. La pandemia ha sido particularmente dolorosa para las mujeres, que han sido más proclives a perder su trabajo y cargar con la carga del cuidado y el respaldo de su familia durante esta crisis de salud. Se necesitarán años para que estas comunidades, y las mujeres que se encuentran dentro de ellas sanen, sanen y se reconstruyan.

En medio de la pérdida, hemos sido testigos del poder de algunos de nuestros programas como una red de mujeres para respaldar a sus comunidades en momentos de crisis.

Creemos que tanto P.A.C.E. como Empower@Work tienen el potencial de impulsar a millones de mujeres y niñas, generando resiliencia en sus familias y comunidades para las generaciones futuras. A través del trabajo fundacional de P.A.C.E. y Empower@Work, junto con nuestra cartera de programas de creación de capacidades de la cadena de suministro (consulta las [páginas 18 a 22](#)), comenzamos a desarrollar un entorno propicio dentro de nuestra cadena de suministro para alcanzar nuestros objetivos de empoderamiento de la mujer para 2025 en materia de paridad de género de los supervisores, prevención y respuesta de la violencia de género y comités de representantes en el lugar de trabajo.



DESARROLLAR LA RESILIENCIA DE LA MUJER

La Fundación Gap es socio fundador e inversionista del recientemente presentado Fondo de resiliencia para mujeres en cadenas de valor globales.

Se creó esta iniciativa de financiamiento, la primera de su tipo, para respaldar la recuperación de la pandemia e impulsar cambios sistémicos a largo plazo que aumenten la resiliencia de las niñas, mujeres y comunidades. El fondo busca agrupar inversiones de múltiples fuentes para apoyar a las organizaciones locales lideradas por mujeres, mejorar el aprendizaje e impulsar resultados más sólidos.

DERECHOS HUMANOS Y DIÁLOGO SOCIAL

Aplicamos un enfoque integral al respeto de los derechos humanos y al fomento del diálogo social para crear una cadena de suministro fuerte que respete a los trabajadores. Nuestra meta es diseñar, colaborar e implementar programas líderes en el sector que transformen los resultados para los trabajadores y las empresas del sector.



Nuestro enfoque comienza con nuestra Política de Derechos Humanos y el Código de conducta del proveedor (COVC). Ambos se basan en normas laborales y orientación reconocidas a nivel internacional, incluyendo la Declaración Universal de Derechos Humanos (UDDH), los Principios rectores de las Naciones Unidas para los negocios y los derechos humanos, el Acuerdo de las Naciones Unidas para el Desarrollo y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) para las empresas multinacionales y las Convenciones centrales de ILO.

Para mantener estas políticas y mejorar las condiciones de **trabajo en nuestra** cadena de suministro, nos enfocamos en dos áreas:

Evaluación y reparación

A través de la transparencia y la colaboración, podemos mejorar el bienestar de los trabajadores, proteger los derechos humanos, disminuir el impacto ambiental y mejorar el desempeño del negocio.

Desarrollo de capacidades

En colaboración con Better Work de la OIT, proveedores, organizaciones no gubernamentales y otros, definimos programas para mejorar representación de los trabajadores y su involucramiento en el liderazgo. Estos abordan problemas como la cooperación en el lugar de trabajo, las habilidades de supervisión y el empoderamiento de las mujeres.

Información detallada sobre nuestras políticas de derechos humanos, enfoque de gestión y acciones de solución para las siguientes problemáticas clave está disponible en nuestro sitio web de **Políticas y acercamiento a los derechos humanos**.

- Trabajo infantil y trabajadores jóvenes
- Discriminación y acoso
- Sueldo y prestaciones
- Seguridad de incendios, construcción y eléctrica.
- Mecanismos de agravio
- Contratos a corto plazo
- Trata de personas y trabajo forzado
- Horas de trabajo
- Trato humano
- Libertad de asociación
- Trabajadores con contratos extranjeros y reclutamiento
- Subcontratación no autorizada

EVALUACIÓN Y REPARACIÓN

A través de nuestro Programa de evaluación y reparación, evaluamos la capacidad de nuestros proveedores para cumplir con nuestras expectativas de sustentabilidad, tanto a través de nuestras propias evaluaciones como por nuestra alianza con **Better Work de la OIT**. En los países que son nuestros proveedores, nuestros equipos de campo globales otorgan una comprensión local de las necesidades del trabajador y el desempeño de las instalaciones. También estamos comprometidos con la adopción de herramientas de todo el sector, como el Programa de convergencia social y laboral ([pág. 35](#)) para evaluar el desempeño de las fábricas.

Utilizamos un sistema de código de colores para calificar el desempeño de cada instalación. Las instalaciones de alto desempeño sin condiciones críticas y pocas violaciones están calificadas en verde; los que presentan un desempeño promedio son de color amarillo; y los que deben resolver uno o más problemas grave son rojos. Las violaciones críticas y severas tienen un mayor impacto negativo sobre la calificación de un centro que las violaciones de "incumplimiento".

META: EL 100 % DE LAS FÁBRICAS DE PROVEEDORES DE ROPA DE MARCA TENDRÁN CALIFICACIONES AMARILLAS O VERDES PARA EL AÑO 2020



8. Fábricas que producen ropa de marca.

NUEVA META: EL 80 % DEL ABASTECIMIENTO DE GAP INC. SE ASIGNARÁ A FÁBRICAS CON CALIFICACIÓN VERDE PARA 2025



NUEVA META

100 %

de las instalaciones de Nivel 1 de Gap Inc. y de los talleres estratégicos de Nivel 2 participarán en los esfuerzos de todo el sector, incluidos SLCP y/o Better Work de la OIT para el año 2023.

En 2020, casi cumplimos con nuestra meta de trabajar solo con instalaciones de calificación verde o amarilla; solo el 1% de las instalaciones tenían calificación roja, en comparación con el 16% en 2017, cuando se fijó la meta. Cada instalación tiene sus propios problemas en un momento determinado, lo que puede provocar una calificación en rojo. En dichas circunstancias, ofrecemos planes de acciones correctivas y un marco de tiempo realista en el cual resolver cualquier problema.

Para el final del ejercicio fiscal 2020, se había corregido el 85% de los problemas con el COVC. Logramos resolver las violaciones del COVC de manera más eficaz y sustentable al integrar este trabajo en nuestras decisiones de abastecimiento y enfocándonos en los proveedores de preferencia. Nuestro equipo especializado en sustentabilidad de proveedores capacita a los empleados de abastecimiento global sobre las políticas y los procedimientos de derechos humanos, genera conciencia sobre los requisitos del COVC y la colaboración a nivel interno para administrar el desempeño del proveedor. A través de la capacitación y la educación, también ayudaremos a los

principales proveedores a implementar medidas para evitar que surjan problemas con el COVC.

Nuestro proceso de aprobación y evaluaciones periódicas evitan que las instalaciones con calificación roja ingresen a nuestra base de abastecimiento, da prioridad a las instalaciones que bajan a categorías de calificación roja y las evalúa con mayor frecuencia. En caso de que un centro o proveedor no logre abordar el incumplimiento de forma permanente, tomaremos un plan de salida responsable. De esta manera, se avisa de que no se colocarán nuevos pedidos para disminuir la interrupción. Continuamos monitorizando las instalaciones y trabajando para abordar los problemas pendientes durante y después de la desactivación.



PROGRAMA DE CONVERGENCIA SOCIAL Y LABORAL (SLCP)

Como firmantes del (SLCP), apoyamos formas de medir y mejorar las condiciones de trabajo en las cadenas de suministro globales. La herramienta de recopilación de datos del SLCP evalúa el desempeño social y laboral de las instalaciones de manufactura en la cadena de suministro y reduce los esfuerzos del sector duplicados.

Gap Inc. apoya la adopción más amplia de la herramienta SLCP en evaluaciones de Better Work, comenzando con Indonesia, Bangladesh y Vietnam a partir de junio de 2021. Continuamos implementando el programa en toda nuestra cadena de suministro y alentamos a los proveedores a asumir la responsabilidad de su desempeño social. Nos pusimos la meta de que todas nuestras instalaciones de Nivel 1 y los talleres estratégicos de Nivel 2 estén involucrados en dichos esfuerzos industriales para el año 2025.



DESARROLLO DE CAPACIDADES

Nos asociamos con todos nuestros proveedores de ropa de marca y otros socios clave interesados para brindar condiciones de trabajo seguras, justas y saludables en nuestra cadena de suministro. Implementamos una variedad de programas para controlar las instalaciones y desarrollar las capacidades de los proveedores para ayudar a catalizar las mejoras en las condiciones de trabajo. Adoptamos enfoques específicos al país cuando corresponda.

Better Work de la OIT

Gap Inc. es miembro fundacional del programa "Better Work" de la OIT y es un socio importante en nuestros mercados de abastecimiento clave. Better Work toma un enfoque de asesoría para monitorizar y proteger los derechos y el bienestar de los trabajadores, contribuyendo a que las compañías y los gobiernos mantengan las normas centrales del trabajo de la OIT y las leyes laborales nacionales.

También ayudamos a establecer la Academia Better Work, que capacita al personal de marcas globales de ropa para los principales problemas relacionados con el diálogo social. Esto permite que las compañías participantes ofrezcan capacitación y consultoría a las fábricas más allá del alcance de Better Work. La Academia ha llegado a más de 400 instalaciones en 18 países, con 8 marcas participantes, incluida Gap Inc. Hemos brindado apoyo activo a su expansión al compartir perspectivas y proporcionar materiales de capacitación que las marcas pueden personalizar para sus propios programas.

La Academia permite a las instalaciones realizar mejoras según la retroalimentación de los participantes, con marcas que se desempeñan como asesores y socios. Un estudio reciente⁹ de la Universidad de York en Canadá, mostró resultados prometedores en los estándares laborales y el desempeño del negocio. Continuaremos expandiendo los temas cubiertos por los módulos de capacitación de la Academia.

A través de las asociaciones del sector, también comenzaremos a rastrear los indicadores del diálogo social en las fábricas compartidas y a abogar por un enfoque basado en el proveedor.

Programa de cooperación en el lugar de trabajo (WCP)

El WCP, diseñado en colaboración con Better Work, simplifica el diálogo entre los trabajadores y la gerencia en una variedad de temas, que abarcan desde las horas extras y el bienestar hasta la higiene de los cuartos de baño y los alimentos del comedor. El programa trabaja con comités elegidos, con representantes tanto de los trabajadores como de la gerencia colaborando para mejorar las relaciones laborales. Al reconocer que algunos trabajadores se sienten incómodos expresando sus quejas ante la gerencia senior, este programa enseña a los participantes sobre habilidades de comunicación y negociación.

En 2020, redujimos nuestros programas de desarrollo de capacidades debido a la COVID-19 y quedamos muy cerca de nuestra meta de llegar a 200 instalaciones. Retomando el WCP más tarde en el año, implementamos un nuevo enfoque, con un instructor en la fábrica que da el curso a grupos remotos de entre 20 y 30 personas.

Esperamos utilizar este enfoque híbrido con mayor frecuencia a medida que continuamos ofreciendo mayor flexibilidad en la manera en que las instalaciones acceden a la capacitación.

Continuamos la expansión a las instalaciones de nuestros proveedores subcontratados para obtener un mayor impacto.

QUEJAS PRESENTADAS POR LOS TRABAJADORES QUE PARTICIPAN EN EL WCP 2018-2020

22,292
quejas planteadas

88 %
(19 635) problemas corregidos en el mismo trimestre

META: LLEGAREMOS A 200 INSTALACIONES DE PROVEEDORES CON NUESTRO PROGRAMA DE COOPERACIÓN EN EL LUGAR DE TRABAJO PARA EL AÑO 2020



Las fábricas informan estos datos trimestralmente a través de cualquier mecanismo (por ejemplo, una casilla de sugerencias, un comité bipartito, un sindicato, una línea directa/línea de ayuda, aplicación móvil, RR.HH., un supervisor o un tercero externo).

NUEVA META

100 %

de los trabajadores empleados en nuestras fábricas estratégicas serán escuchados a través de los comités de trabajo representativos y de equidad de género para el 2025

Mediremos nuestro desempeño al evaluar el porcentaje de fábricas que tienen comités en el lugar de trabajo con representación igualitaria por género (con un equilibrio de género que refleje la fuerza laboral total del centro). Asimismo, exigiremos que se cumpla al menos el 70 % de los indicadores de diálogo social de Better Work todos los años. Desde 2016, hemos alcanzado 183 instalaciones, 15 de ellas en 2020, en 11 países.

9. Better Work y la Universidad de York.

10. Los números representan las instalaciones que siguen activas. Las instalaciones inactivas se eliminaron de los totales de años anteriores.

Programa de compromiso a la fuerza de trabajo (WEP)

Utilizamos el WEP para comprender cómo se sientan los empleados en el trabajo y permitir que las instalaciones realicen mejoras. Este modelo basado en el proveedor utiliza tecnología móvil escalable, que permite que las opiniones de los trabajadores se sean escuchadas directamente por quienes mejor pueden responder. Para finales de 2020, el WEP estaba activo en 48 instalaciones a través de herramientas de interacción móviles, basándose en los 100 sitios a los que ya se llegó a través de iteraciones anteriores. Para ampliar aún más el programa, estamos compartiendo prácticas recomendadas con proveedores de Vietnam, China, Indonesia y Guatemala.

En los talleres regionales, nuestro equipo de sustentabilidad de proveedores explica de qué manera la participación del trabajador puede ayudar a nuestros proveedores, por ejemplo, al disminuir el absentismo y la rotación. Además, los trabajadores pueden identificar problemas antes de que escalen y proponer formas de mejorar la eficiencia o la seguridad. Algunas de nuestras principales fábricas en China utilizaron rápidamente el WEP para comunicarse con los trabajadores durante los cierres por COVID-19, un enfoque que compartimos con otros sitios.

Reconocemos que existen muchas maneras de medir el compromiso e involucramiento del trabajador. Para aumentar la colaboración de la marca y evitar duplicados de herramientas similares, adoptamos la [Encuesta de involucramiento y bienestar de Nike](#) en 2019 y recopilamos respuestas de 25 fábricas en 2020. ¹¹ Planeamos compartir prácticas recomendadas y recursos para mejorar el conocimiento del sector.

NUEVA META

100 %

de nuestras fábricas estratégicas habrán alcanzado la paridad de género a nivel de supervisor para el 2025

Capacitación en habilidades de supervisión (SST)

En 2018 lanzamos SST con Better Work. Este programa de capacitación de tres días ayuda a supervisores y gerentes intermedios a mejorar la comunicación, desarrollar buenas relaciones y supervisar a los trabajadores de manera eficaz.

Además de los datos de eficiencia de la producción, utilizamos encuestas del supervisor y de los trabajadores para medir el impacto del programa. Juntos, contribuyeron a descubrir la medida en que los participantes pensaban que la capacitación era eficaz, si esto condujo a algún cambio de comportamiento y si estos cambios afectaron la eficiencia de la producción.

SST también aporta a las mujeres habilidades y confianza para asumir puestos de liderazgo. En consonancia con nuestra nueva meta, les pedimos a las fábricas que den prioridad a las mujeres cuando se presenten oportunidades de capacitación. En nuestras fábricas estratégicas, las mujeres actualmente conforman aproximadamente el 48 % de los puestos de supervisión y el 72 % de la fuerza laboral total de nuestra cadena de suministro.

IMPACTO ACUMULADO

4271

supervisores capacitados

PARTICIPANTES ACTIVOS DE 2020

157

instalaciones en ocho países

Mediremos el desempeño con respecto a este objetivo al evaluar el porcentaje de fábricas con representación igualitaria por género a nivel de supervisor, con una proporción que refleje la fuerza laboral total de la fábrica. Al definir esta nueva meta, nos comprometemos a cultivar dicha cultura en nuestras fábricas estratégicas, dando a las mujeres la confianza, los medios y las habilidades para asumir puestos de supervisión.



11. China 3, Vietnam 11, Indonesia 8, Guatemala 3.



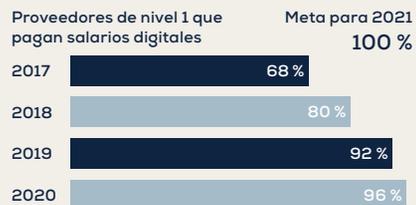
PAGOS DE SALARIO DIGITAL

En 2018, nos fijamos la meta de que el 100 % de nuestros proveedores de Nivel 1 pasaran de un sistema de pagos de salarios en efectivo a un sistema digital para el año 2020. Para respaldar nuestro compromiso, nos unimos a la Alianza Mejor que el Dinero (BtCA) de la ONU. En [nuestro sitio web](#) puedes encontrar más información sobre cómo Gap Inc. apoya los pagos de salarios digitales.

A finales de 2020, el 96 % de nuestros proveedores utilizaban sistemas digitales de pagos de salarios (carteras móviles, cuentas bancarias, tarjetas de crédito y otros métodos de acceso digital) y hemos implementado programas en todos los países de donde recibimos recursos. No logramos la adopción al 100 %, ya que ciertos países de donde recibimos suministros, como Camboya, Haití y Jordania, tienen restricciones regulatorias o de infraestructura respecto del pago de salarios por medios digitales. Estamos trabajando con socios expertos para ayudarnos a abordar estos desafíos y seguiremos proporcionando actualizaciones sobre este objetivo. También seguiremos enfocándonos en aumentar la cantidad de fábricas que ofrecen mecanismos digitales de pago de salarios.

La inclusión financiera requiere tanto acceso a los servicios financieros como el conocimiento sobre cómo usar dichos productos y servicios. En función de nuestros aprendizajes con programas pilotos realizados en Jordania en colaboración con BtCA y Better Work de la OIT, hemos añadido sesiones de alfabetización financiera digital a nuestro programa de estudios P.A.C.E.

META: EL 100 % DE LOS PROVEEDORES DE NIVEL 1 HARÁN LA TRANSICIÓN A PAGOS DIGITALES DE SALARIOS PARA EL AÑO 2020



Nos complace ver el impacto positivo que han creado nuestros esfuerzos. En la India, por ejemplo, el 100 % de las instalaciones con las que trabajamos ahora ofrecen pagos digitales de salarios y, como resultado, el desgaste y la rotación del trabajador se han reducido entre un 15 y 20 %.

PREVENCIÓN Y RESPUESTA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Nuestro programa de prevención y respuesta de la violencia de género (GBV) se creó con Better Work y es una parte fundamental de nuestra estrategia de género, que contribuye a aplicar nuestra política de cero tolerancia contra el acoso físico, psicológico y sexual.

A lo largo de los años, hemos evaluado con regularidad las instalaciones con las que trabajamos y hemos encontrado serias violaciones relacionadas con la discriminación y el acoso basados en el género, pero reconocemos que no es suficiente depender únicamente de las auditorías para detectar y abordar estos problemas.

En 2018, ampliamos nuestros esfuerzos y colaboramos con organizaciones de expertos, como Better Work, CARE, etc., para ofrecer capacitación en concientización y en desarrollo de capacidades. Luego de que los gerentes de las fábricas realicen capacitación de concientización, los instructores internos de la fábrica se benefician de las sesiones de capacitación, para que puedan ofrecer capacitación detallada sobre prevención y respuestas a la violencia de género a sus trabajadores.

Partiendo de los programas que nuestro equipo de sustentabilidad de proveedores comenzó en la India y otros países proveedores clave, nos pusimos la meta de que todas nuestras fábricas cuenten con sistemas de capacitación, prevención y respuesta del Programa de Respuesta Global (GBV) para el año 2025. Para el año 2023, nuestra meta es garantizar que todos los trabajadores de nuestras fábricas se capaciten sobre la violencia de género cada año. A fines de 2020, el 75 % de nuestras fábricas habían completado la capacitación en concientización y se había proporcionado a una serie de trabajadores una capacitación detallada sobre prevención y respuesta del GBV

(más de 5000 trabajadores en Vietnam y cerca de 100 000 en la India).

Además, estamos trabajando con las fábricas para revisar y mejorar sus políticas de GBV. Conscientes de que la capacitación es una intervención necesaria pero insuficiente para abordar de manera significativa este problema, en este momento estamos explorando alianzas con organizaciones de expertos y otras marcas de ropa importantes para ayudar a crear un enfoque probado y único que pueda implementarse a escala.

Debido al confinamiento y las restricciones aplicables a los viajes por COVID-19, en 2020 no pudimos ofrecer capacitación en ciertos países, como Indonesia y parte de Centroamérica. En los lugares donde esto fue posible, incluidos China, Vietnam y Camboya, llegamos a una gran cantidad de instalaciones, usando un modelo de capacitación para instructores. Para todas las instalaciones, se ofrece un seminario detallado de tres horas seguido por programas de capacitación anuales, que actúan como recordatorios más breves adaptados a las necesidades de cada instalación. Estamos realizando encuestas de referencia, intermedias y finales para medir el avance y planeamos reportar los resultados en 2021.

NUEVA META

100 %

Para el año 2025, el 100 % de nuestras fábricas contarán con sistemas de prevención y gestión de respuestas y capacitaciones para abordar la violencia de género.

Mediremos el desempeño con respecto a nuestro objetivo al evaluar el porcentaje de fábricas en las que el 100 % de los trabajadores ha recibido capacitación anual sobre prevención y respuesta a la violencia de género. Asimismo, evaluaremos la medida en que las fábricas tienen un mecanismo de quejas funcional, a través del cual los trabajadores puedan informar sobre casos de violencia de género, acoso y abusos.

APOYO A NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19

Muchas de las personas que trabajan en nuestra cadena de suministro viven en comunidades que sufrieron un impacto desproporcionado por COVID-19. Para garantizar su bienestar, dimos varios pasos para ayudarles en estos momentos difíciles.

ALENTAR PRÁCTICAS DE TRABAJO SEGURAS

Nuestra principal prioridad fue la salud y seguridad de las personas que trabajan en nuestra cadena de suministro. Distribuimos a nuestros proveedores y fábricas las pautas sobre COVID-19 que describen las recomendaciones de salud pública y seguridad personal específicamente diseñadas para la producción de prendas de vestir. En esta guía, se menciona el consejo de la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), los Centros para el Control de las Enfermedades de EE. UU. y el Consorcio de derechos de los trabajadores.

ADAPTAR NUESTROS PROGRAMAS SOCIALES Y LABORALES

En respuesta al confinamiento y las restricciones para viajar, queríamos garantizar la continuidad de programas sociales y laborales importantes, incluido nuestro programa P.A.C.E. Para programas clave de creación de capacidades, ofrecimos seminarios virtuales y contenido digital. También continuamos nuestro apoyo a las funciones, como los comités bipartitos de las fábricas, para proteger a los trabajadores. Además, estas medidas nos permitieron continuar con la identificación, evaluación y respuesta a los riesgos de derechos humanos.

HACER CUMPLIR NUESTRO CÓDIGO DE CONDUCTA DEL PROVEEDOR (COVC)

Incluso en el contexto de la pandemia por COVID-19, hicimos cumplir importantes estándares del COVC, incluyendo el suministro de licencias por enfermedad y otros beneficios relevantes, mecanismos funcionales de quejas, requisitos relacionados con prácticas de empleo no discriminatorias y prácticas éticas en torno a los despidos relacionados con el virus. También contactamos con grupos de interés globales y nacionales en nuestros países proveedores para comprender cómo la pandemia de COVID-19 afectó a los trabajadores textiles y trabajamos con organizaciones no gubernamentales, sindicatos y organizaciones basadas en la comunidad para corregir cualquier problema laboral que se haya agudizado por la pandemia.

COLABORACIÓN PARA BRINDAR ACCESO A LOS TRABAJADORES AL AGUA LIMPIA

Durante la pandemia, continuamos con nuestras inversiones y asociaciones permanentes que ayudaron a las personas en las comunidades de nuestros proveedores a acceder a servicios de agua, productos de sanitización e higiene (WASH). Estos incluyeron nuestra innovadora alianza con USAID en beneficio de la Alianza Mujeres + Agua de Gap Inc. y nuestra participación en el comité rector de la iniciativa WASH4Work. Obtén más información sobre este trabajo en curso en la [pág. 33](#).

APOYO A LAS MUJERES EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

La Fundación Gap respalda el Fondo de Resiliencia COVID-19, un esfuerzo colaborativo para apoyar a las mujeres en las comunidades de nuestros proveedores. El fondo proporciona dinero para organizaciones locales y grupos de mujeres, contribuyendo a que las comunidades más afectadas se recuperen de la pandemia y contribuyan a la fortaleza económica, la salud y el bienestar de la mujer.



SOCIAL

CREAR OPORTUNIDADES

Crear economías sustentables y una cultura de igualdad y pertenencia significa que utilizamos los activos y la escala de nuestro negocio para permitir el acceso a las oportunidades de las vidas que tocamos.

Explora cómo nuestros programas y asociaciones abren las puertas a talentos diversos de género, raza, edad y más. Ser inclusivos por decisión propia es parte central de nuestra empresa. Nuestros objetivos e inversiones en las asociaciones muestran cambios tangibles en nuestros empleados, clientes y las comunidades a las que brindamos servicio.

Nuestro enfoque continuo en brindar oportunidades de desarrollo a través de nuestro programa distintivo, This Way ONward, garantiza que los empleados tienen las habilidades necesarias para desarrollar carreras profesionales verdaderamente gratificantes con nosotros. Nuestra cultura de respaldo a nuestras comunidades garantiza que estamos extendiendo nuestros valores de inclusión y oportunidades más allá de nuestras oficinas y tiendas.

EN ESTA SECCIÓN

This Way ONward	25
Desarrollo de talento	27
Igualdad y pertenencia	29
Involucramiento del empleado e impacto en la comunidad	30
Ayuda a nuestros empleados durante la COVID-19	31

THIS WAY ONWARD

Como parte de nuestro enfoque de desarrollo de talentos, This Way ONward (anteriormente This Way Ahead) ha abierto puertas para la siguiente generación. This Way ONward hace frente a las obstáculos sistémicos para el empleo al brindar oportunidades a los jóvenes (definidos como jóvenes entre 16 y 24 años que no están inscritos en la escuela ni participan en el mercado laboral) con capacitación estructurada y valiosa experiencia en su primer empleo. El programa también desarrolla las habilidades de liderazgo de los mentores, lo cual ayuda a nuestra compañía a mantenerse competitiva.

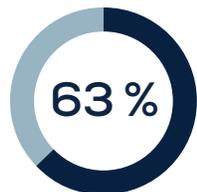
En 2020, This Way ONward cambió de nombre y encontró un nuevo hogar en nuestra marca Old Navy. Esto abre el potencial para llegar a las comunidades de cada ubicación de las tiendas a través de una alianza cada vez mayor con los Clubes de Niños y Niñas de América. Partiendo de las bases establecidas por This Way Ahead,

This Way ONward fue lanzado en 2007 y apoyará la misión Imagina de Old Navy para crear a la próxima generación de líderes.

En 2020, This Way ONward superó su meta de contratación para el 2020¹² con 912 nuevos empleados en la tienda, de los cuales, el 90 % se identifica como personas de color.

Los alumni se quedan en la compañía dos veces más que sus compañeros y los gerentes de tienda señalan que las contrataciones de This Way ONward son quienes mejor se desempeñan. Nuestra encuesta de evaluación de 2020 reveló que los nuevos empleados de This Way ONward tienen un sentido de pertenencia hacia Old Navy, se sienten avalados por sus gerentes y se muestran emocionados por su trabajo.

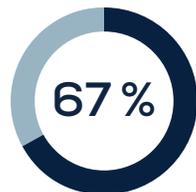
Conoce más sobre This Way ONward en [nuestro sitio web](#).



dió haber mejorado la confianza



dió haber mejorado las habilidades para el trabajo



dió haber mejorado sus habilidades interpersonales

Nota: No se evaluó a los mentores en 2020 debido a restricciones de capacidad.

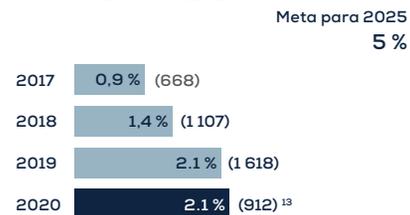
12. La meta de contratación se redujo de 975 a 700 debido a la pandemia por COVID-19.

13. Los números en 2020 son inferiores debido al cambio de programa a las tiendas de Old Navy de forma exclusiva, así como a los cierres temporales de tiendas durante la pandemia de COVID-19.

14. Los números son acumulados desde el lanzamiento del programa.

OBJETIVOS Y PROGRESO

META: CONTRATAR AL 5 % DE EMPLEADOS DE NIVEL BÁSICO DE LA TIENDA A TRAVÉS DE THIS WAY ONWARD PARA 2025



META: LLEGAR A 20 000 JÓVENES A TRAVÉS DE THIS WAY ONWARD PARA EL AÑO 2025¹⁴



ALCANCE + CRECIMIENTO EN 2020

	2017	2018	2019	2020
Jóvenes	1148	1700+	2524	912 ¹²
Tiendas	274	444	576	471



PROGRESO DE 2020

Con 1220 tiendas en América del Norte al final del año fiscal 2020, Old Navy busca llegar a un público más amplio, así como inspirar a más y más jóvenes a convertirse en la próxima generación de líderes. En 2020, Old Navy recaudó \$2,4 millones para This Way ONward y resaltó la crisis del desempleo juvenil a través de plataformas multimedia, incluido un spot de televisión con RuPaul que generó alrededor de 400 millones de vistas.

El programa ofrece a Old Navy una fuente diversa y fidedigna de talento. En 2020, se contrató al 55 % de los postulantes de

This Way ONward, en comparación con menos del 10 % de los postulantes de otras fuentes. El programa también respalda la meta de igualdad y pertenencia de Gap Inc. para lograr una representación diversa en nuestro canal. Más de mil alumnos de This Way ONward son ahora empleados de Gap Inc., la gran mayoría de los cuales se identifican como personas de color.

Incorporamos las lecciones de This Way ONward en el Libro de contratación de talentos y comunidad de Gap Inc. Esto le enseña a todas nuestras marcas y funciones cómo “contratar por el potencial, no las acreditaciones” a través de alianzas con organizaciones de la comunidad.

CÓMO NOS ADAPTAMOS A LA PANDEMIA

Debido a COVID-19, Old Navy paró su programa de pasantía y, en cambio, se enfocó en cubrir al personal de las tiendas cuando estuvo listo para volver a abrir. Mientras estuvieron cerradas las tiendas, las 17 organizaciones sin fines de lucro asociadas desarrollaron una comunidad virtual para compartir prácticas recomendadas para capacitar a los jóvenes en línea. Esto ayudó al desarrollo de más de 100 ferias virtuales de carreras profesionales y una entrevista en grupo, una manera innovadora de crear conexiones reales con los postulantes de empleo durante el confinamiento.

Más de la mitad de las contrataciones de This Way ONward en 2020 llegó a través de estas ferias y, de cara al futuro, los líderes del programa identificarán formas de seguir utilizándolas.

En 2020, los casos de violencia policial de alto perfil y el movimiento para poner fin a la injusticia racial afectaron a la comunidad de This Way ONward. En reconocimiento del dolor y daño que causa el racismo sistémico, nuestros líderes del programa y socios sin fines de lucro exploraron maneras de apoyar a nuestra comunidad a través del contacto personal y el suministro de recursos de salud mental para los empleados.

Las asociaciones fomentadas a lo largo de 15 años han creado una rica red de apoyo que fue esencial durante las crisis interconectadas de salud, injusticia racial y economía del 2020. Por ejemplo, el socio pionero de This Way ONward, The Door, ofreció servicios y apoyo para empleados de las tiendas cerradas en Nueva York. The Door proporcionó alimentos, ropa, artículos básicos para el cuidado personal y acceso a la tecnología a los jóvenes en necesidad. Nos sentimos honrados y agradecidos por el apoyo que brindaron a nuestra gente durante la pandemia.

A medida que los negocios se abren nuevamente, nos emociona aprovechar las oportunidades que presentan las tiendas de Old Navy y los Clubes de Niñas y Niños de EE. UU. y Canadá. Planeamos aplicar lo que aprendimos acerca de la contratación por potencial y las contrataciones en la comunidad en otras funciones de nuestra compañía. También estamos desarrollando caminos de avance para ampliar la participación con los alumnos del programa, brindando apoyo permanente y acceso a redes y habilidades que fortalecerán la diversidad, la equidad y la inclusión en Gap Inc.



DESARROLLO DE TALENTO

A lo largo de los años, hemos crecido sobre la base de poner primero a las personas, lo que mejora el compromiso con el trabajo de los empleados y aporta valor a nuestro negocio. Esto lo hacemos creando una cultura en el lugar de trabajo y dando beneficios que satisfacen las necesidades profesionales y personales de nuestros empleados y sus familias.

Esto incluye el diseño de horarios de trabajo que ofrezcan al personal de la tienda mayor estabilidad, flexibilidad y equilibrio entre la vida laboral y personal, así como ofrecer incentivos financieros.

Nuestros programas y recursos de capacitación se adaptaron a los distintos niveles y necesidades de los empleados, y buscamos retroalimentación frecuente para conocer a nuestra gente y responder más rápidamente a sus necesidades. A medida que nos recuperamos de la pandemia global y miramos al futuro, buscamos fomentar una experiencia laboral que nos acerque más entre nosotros mismos y a nuestros clientes, al tiempo que nos permite desarrollar nuestras marcas orientadas hacia un mismo propósito, empujados por la fuerza de nuestra gente en el centro de todo.

25 927

Participantes de la encuesta de impulso (porcentaje de respuesta del 29 %)

4562

total de cursos de aprendizaje tomados (3774 en LinkedIn Learning)

Puntaje promedio del 93 % para las respuestas “Me siento orgulloso de trabajar aquí” y “Tengo la intención de quedarme en el futuro cercano” de los participantes de la encuesta Pulse.

En 2020, continuamos invirtiendo en nuestros nuevos líderes en la empresa, con 40 horas de educación y experiencias de formación por nuevo líder, además de capacitación individual para más de 100 de nuestros líderes.

Para ayudar a los empleados a hacer frente al impacto de la COVID-19, ofrecemos sesiones sobre cómo trabajar de manera remota, equilibrar la educación en casa con el trabajo y mantenerse física y mentalmente saludables durante la pandemia. Abordamos cerca de 50 temas, con una tasa de participación promedio de 500 por sesión.

En nuestra página web de [Gestión de talentos](#) puedes obtener más información sobre cómo apoyamos y desarrollamos a nuestras excepcionales personas.



PREMIOS



Incluido por tercer año consecutivo



Nombrada entre las 100 principales compañías más diversas e inclusivas del mundo



Recibimos un puntaje perfecto por 15.º año consecutivo

PROGRESO DE 2020

En 2020, cambiamos nuestro enfoque a la seguridad, la salud física y mental y el bienestar de nuestros empleados. Esto significó poner pausa a algunos programas para favorecer iniciativas centrales que pudieran realizarse de forma virtual, incluyendo nuestro Programa de gestión rotativa para talentos de alto potencial de nivel básico, nuestro Programa de esenciales del liderazgo para líderes de primera vez y nuestros programas de capacitación para líderes de nivel medio. Los empleados también tuvieron acceso permanente a recursos de desarrollo a través del Programa de aprendizaje de LinkedIn.

Asimismo, evaluamos nuestras prácticas de talento en apego a nuestro objetivo de construir un modelo de "futuro del trabajo" donde se cultive la creatividad, la colaboración y la agilidad. Estamos teniendo una mayor comprensión del valor que se genera para el negocio y nuestros clientes y de cómo y dónde realizamos nuestro mejor trabajo. Parte de este proceso incluye examinar cada una de las facetas de la experiencia del empleado y la puesta en marcha de las herramientas, recursos, políticas y tecnología adecuados para fortalecer una cultura de desempeño y conexión. También estamos rediseñando algunos de los espacios de trabajo físicos en nuestras oficinas corporativas y ayudando a nuestros empleados a sentirse energizados y capaces cuando llegan al trabajo. Nuestro objetivo es ofrecer un trabajo innovador, vivir nuestros valores y atraer al mejor talento de su clase.

A medida que evolucionan nuestras prácticas de talento, continuamos comprometidos con la igualdad y la pertenencia de todos los empleados de Gap Inc. En 2020, realizamos varias inversiones para construir una cultura de liderazgo inclusivo, cultivar un sentido de pertenencia para todos y fomentar la equidad en el lugar de trabajo. Obtén más información sobre estas inversiones en la [pág.91](#) y nuestro [Informe de igualdad y pertenencia](#).

Con la mirada al futuro, nos emociona dar vida a nuestra estrategia del futuro del trabajo.

Al desarrollar una cultura del desempeño anclada en la excelencia, permitiremos que nuestros empleados contribuyan al crecimiento de nuestro portafolio de marcas.

Tiendas de campaña

La [Asociación de tiendas de campaña para refugiados](#) es una organización sin fines de lucro con más de 170 compañías pertenecientes, que se lanzó en 2016 para movilizar a la comunidad empresarial global para incluir a los refugiados. Gap Inc. está impulsando un programa de contratación de refugiados en 2021 en uno de sus Centros de experiencia del cliente (CEC) y explora posibles oportunidades de contratación para refugiados en sus operaciones de CEC en EE. UU.

Gap Inc. ha proporcionado conocimiento sobre habilidades esenciales y capacitación técnica a mujeres refugiadas en Bangladesh, Jordania y Turquía a través de su programa de desarrollo profesional y crecimiento personal (P.A.C.E), que se creó para brindar desarrollo profesional y respaldo a las mujeres del sector de las prendas de vestir.

Coalición empresarial Second Chance

Creemos que cada uno de los postulantes se merece tener la oportunidad de una carrera profesional en nuestra compañía. Nuestro programa de examen de antecedentes se asocia con organizaciones locales para ayudar a los candidatos a postularse a través del proceso de evaluación individualizado. Además, el programa de examen de antecedentes ayuda a los participantes de estas organizaciones independientes a prestar servicio a quienes se encuentran al margen de la sociedad en sus comunidades, ya sea que hayan escapado de la trata de personas, estén saliendo de prisión o hayan pertenecido a una banda.

En abril de 2021, nos unimos a la coalición empresarial Second Chance, que promueve los beneficios del empleo y el desarrollo profesional de personas con antecedentes delictivos. Esto nos permite dirigir donde tenemos fortalezas del trabajo establecidas, con contrataciones de segunda oportunidad, y aprender de otros grandes actores del negocio para mejorar aún más nuestro trabajo.



IGUALDAD Y PERTENENCIA

En Gap Inc., nuestro propósito es ser inclusivos por decisión propia. Creemos que cuando decides que la inclusión no es opcional, se cierran las brechas entre nosotros y se abre un mundo de posibilidades completamente nuevo.



COMPROMISOS DE IGUALDAD Y PERTENENCIA PARA 2025

COMPROMISO 1 NUESTROS EMPLEADOS

Para el año 2025, duplicaremos la representación de empleados negros y latinos en todos los niveles en nuestras oficinas centrales de EE. UU. y aumentaremos la representación de empleados negros en puestos de liderazgo en EE. UU. en un 50 %.

COMPROMISO 2 NUESTROS CLIENTES

Crearemos estrategias específicas de inclusión de productos con un enfoque específico en clientes negros y de diversos orígenes étnicos. Trabajaremos con más talentos negros y latinos para ampliar las distintas opiniones en nuestros departamentos creativos y de marketing; nuestras marcas seguirán demostrando que están **abiertas a todos** al atender verdaderamente a todos nuestros clientes y comunidades.

COMPROMISO 3 NUESTRAS COMUNIDADES

Brindamos apoyo a la representación de distintas etnias en nuestros programas del canal a través de pasantías, nuestro programa This Way ONward y otras asociaciones para aumentar la representación de talentos negros para el año 2021. También apoyaremos e influiremos en el trabajo para terminar con la inequidad racial, combatir la inequidad y promover la inclusión económica.

PROGRESO DE 2020

En 2020, delineamos públicamente nuestros Compromisos de igualdad y pertenencia de 2025 y sentamos las bases para una nueva agenda de igualdad racial.

Desde el lanzamiento de nuestros compromisos, expandimos nuestro equipo de Igualdad y pertenencia de tres a 20. También definimos una nueva Política de igualdad y pertenencia para construir sobre nuestra **Política Cero significa Cero**, que prohíbe la discriminación y el acoso para permitir a nuestros empleados crear un ambiente inclusivo, igualitario y justo.

Además, desarrollamos una robusta estrategia para cada uno de nuestros tres compromisos y nos llenan de orgullo los progresos que hemos tenido hasta la fecha, desde el lanzamiento de prendas de guardarropa básicas que coincidan con cada tono de piel hasta respaldar iniciativas que ofrezcan oportunidades, incluidas pasantías remuneradas, para creativos de la comunidad de BIPOC o aquellos con antecedentes penales. Puedes leer acerca de nuestro progreso en nuestro **Informe de igualdad y pertenencia**.

LOGROS Y ASPECTOS DESTACADOS

62 %

de la generación del Programa de Gestión rotativa 2021 es diversa: un 32 % son personas negras y latinas

99,7 %

Se eliminaron los requisitos educativos en el 99,7 % de las descripciones de empleos por debajo del nivel de vicepresidente

\$500K

Se donaron más de \$500 000 USD para apoyar la educación en diseño en escuelas y universidades históricamente negras (HBCUs)

7

Se celebraron siete sesiones para escuchar al director ejecutivo en EE. UU. con más de 100 empleados negros y latinos

CAPACITACIÓN

Se llevaron a cabo sesiones de entrenamiento obligatorias sobre la equidad racial y los sesgos implícitos

INCLUSIVOS

Se crearon nuevas colecciones y diseños inclusivos a través de nuestras marcas Banana Republic, Athleta, Old Navy y Gap

Grupos de la Red de Igualdad y pertenencia

Los grupos de la Red de igualdad y pertenencia de Gap Inc. están encabezados por empleados, son comunidades auspiciadas por la compañía que representan a los empleados de distintos contextos.

API@Gap Inc.

Comunidad asiática y de las islas del Pacífico, anteriormente ASIA

BLACK@Gap Inc.

Anteriormente AANG

HOLA@Gap Inc.

PARENTS@Gap Inc.

Anteriormente Padres Gap

PRIDE@Gap Inc.

Anteriormente GEAR

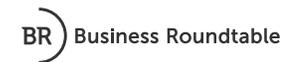
VETERANS@Gap Inc.

Nueva

WOMEN@Gap Inc.

Anteriormente GapWIL

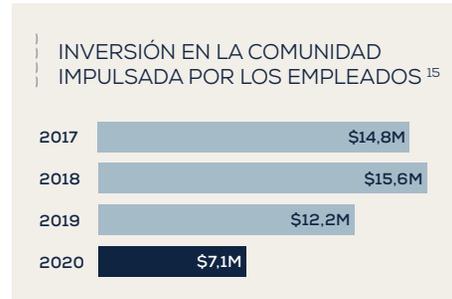
ASOCIACIONES



INVOLUCRAMIENTO DEL EMPLEADO E IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Todos los años, trabajamos para fortalecer nuestro legado de participación en la comunidad, un espíritu arraigado en la cultura de nuestra compañía, que impacta de manera positiva a las comunidades a través de donaciones de la Fundación Gap, apoyo y asociaciones de Gap Inc. o donaciones de empleados y voluntarios.

La compañía permite que nuestros empleados exentos ofrezcan voluntariamente cinco horas "dentro del reloj" por mes e iguala las donaciones monetarias, lo que les permite respaldar las causas que más les importan de la manera que mejor le funciona.



PROGRESO DE 2020

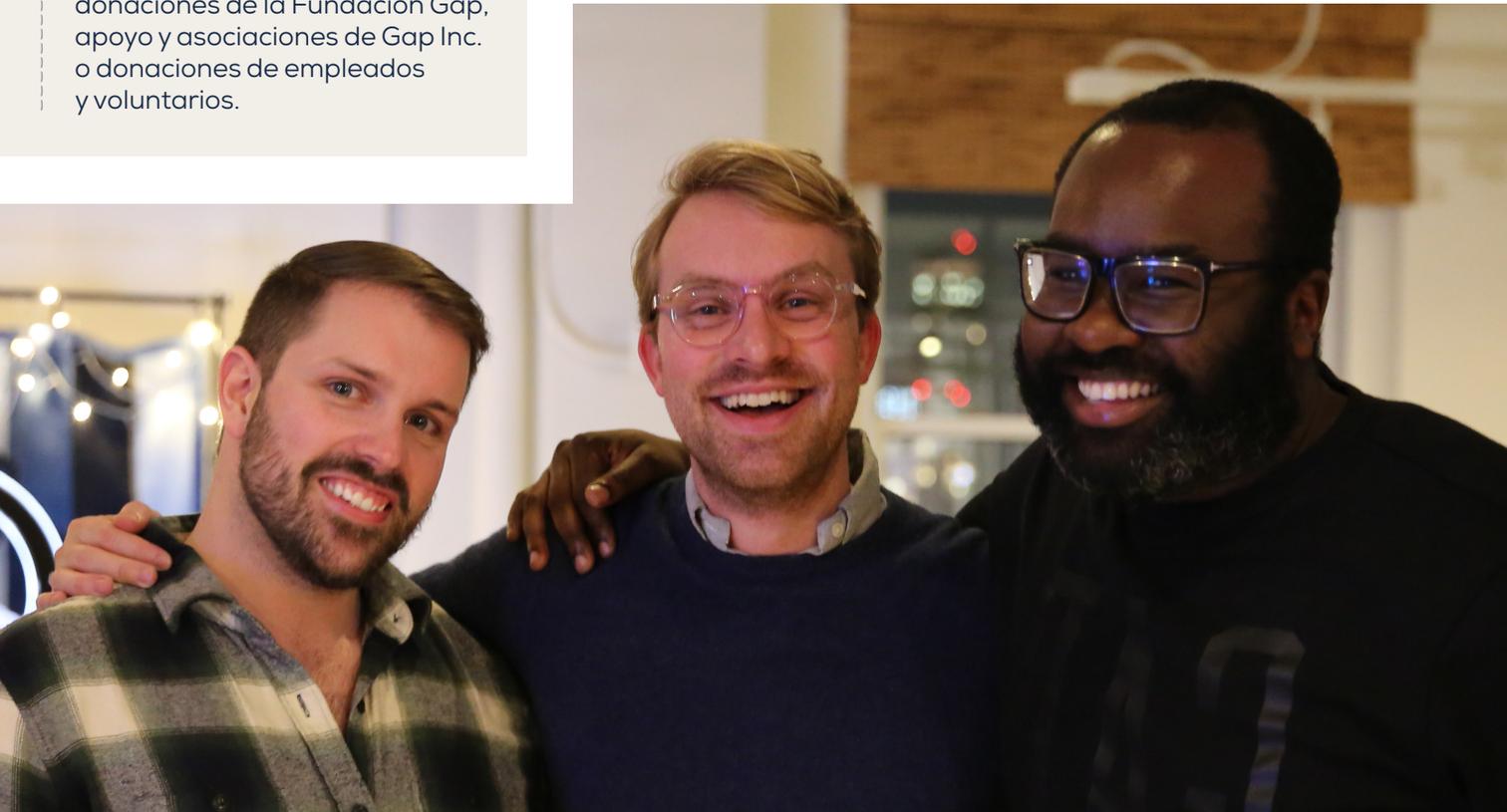
La pandemia, además de la crisis concurrente y permanente de la injusticia racial, resaltaron la dedicación de nuestra gente en el 2020. En total, nuestro equipo global brindó apoyo a 37 organizaciones no gubernamentales distintas, con \$14 millones de donaciones directas. Este apoyo llegó a organizaciones enfocadas en los jóvenes, como los Clubes de Niños y Niñas de América, y aquellos que respaldan la justicia racial, incluida la Asociación Nacional para el Avance de las Personas de Color (NAACP), EmbraceRace, Stop AAPI Hate, que trabaja para evitar la discriminación y el acoso contra los estadounidenses de Asia y las islas del Pacífico, y la Coalición Nacional para el Desarrollo de la Comunidad Americana del Pacífico.

Si bien el confinamiento dificultó el trabajo de voluntariado en persona, 24 000 empleados (el 21 % de nuestra fuerza laboral) colaboraron como voluntarios unas 160 000 horas, encontrando así nuevas maneras de crear conciencia y celebrar sus esfuerzos. Durante nuestra campaña "Walk for Water" en el Día Mundial del Agua en marzo de 2020, 4800 empleados salieron a las calles y caminos de sus vecindarios y recaudaron \$12 000 para WaterAid. Para nuestro Rally virtual de voluntarios, 20 000 empleados de 17 países contribuyeron con un total de 60 000 activaciones de acciones cotidianas pequeñas enfocadas en uno de cuatro temas: el medio ambiente, la participación cívica, la igualdad y pertenencia, y actos aleatorios de amabilidad. Cerca de 200 empleados fueron más allá y completaron todos los 16 desafíos. La Fundación Gap donó un total de \$55 000 a la Fundación Make a Wish, WaterAid, Rock the Vote y CARE en nombre de los temas.

Para apoyar a quienes fueron impactados por la pandemia y estaban en necesidades financieras, la Fundación Gap otorgó más de \$1 millón de donaciones a organizaciones sin fines de lucro alrededor del mundo, incluidos los socios de organizaciones no gubernamentales de largo plazo; organizaciones locales en San Francisco y Nueva York, donde se encuentra nuestra sede central; y organizaciones internacionales como el Fondo de Respuesta Solidaria COVID-19 de la Fundación de las Naciones Unidas.

Cada año, la donación corporativa de Gap Inc. incluye donaciones de productos. En 2020, logramos una donación histórica de 6 millones de unidades de ropa a UNHCR, llegando a personas desplazadas en Burkina Faso, Libano y Armenia. La donación fue facilitada por la colaboración existente de Gap Inc. con la organización sin fines de lucro Good360. Y con la ayuda de nuestros socios sin fines de lucro de confianza, incluidos los Clubes de Niños y Niñas de América y Good360, la cartera de marcas de estilo de vida guiadas por un propósito de Gap Inc. envió 3,5 millones de caretas y mascarillas a organizaciones comunitarias en los Estados Unidos.

Más información >[Compromiso e involucramiento de los empleados](#)



15. Definido como: El valor de las donaciones de empleados + el valor del tiempo de voluntario informado + el valor que Gap Inc. otorga para igualar las donaciones de tiempo y dinero.

AYUDA A NUESTROS EMPLEADOS DURANTE COVID-19

La pandemia global nos obligó a cerrar tiendas de Gap Inc. e iniciar nuevas políticas de trabajo desde el hogar para muchos de los empleados de nuestra sede central en EE. UU.

Para ayudar a garantizar la salud y la seguridad de nuestros empleados, clientes y comunidades, hemos seguido de cerca las pautas del gobierno local cuando se encuentran disponibles y aplicado nuestras prácticas recomendadas internas. Cuando reabrimos las tiendas, implementamos medidas de seguridad mejoradas, incluidas el uso de cubrebocas obligatorio para empleados y clientes, el distanciamiento, el uso de revisiones médicas en las cajas y el aumento de la limpieza e higiene.

También ayudamos a los empleados a superar el desempleo y apoyamos a quienes tuvieron dificultades financieras al crear nuestro Fondo Salvaje, que ofrece ayudas en efectivo a los empleados. El fondo fue posible gracias a las donaciones de un millón y medio de dólares de la Fundación Gap. Además, la familia Fisher aportó \$840 000 en subvenciones de ayuda para más de 1 600 miembros de Gap Inc. para diciembre de 2020. Los empleados también pudieron aportar al fondo. Además, creamos un centro de recursos en línea para ofrecer a todos los empleados un fácil acceso a recursos y beneficios gubernamentales.

Ampliamos nuestros programas y beneficios para respaldar la salud mental y el bienestar de los empleados. Estos incluyeron nuestro nuevo programa de beneficios Be You, Be Well, que ofrece acceso a terapia y consultas, y nuestras series de conferencias Be Well + Stay Connected, con líderes de pensamiento, programas de meditación guiadas y clases de fitness gratuitas.

Para obtener información sobre cómo respondimos a los impactos de COVID-19 en nuestra cadena de suministro, consulta la [pág. 23](#).

Para respaldar a los empleados con roles de cuidadores, colaboramos con nuestro grupo de recursos para empleados PARENTS@Gap Inc. para lanzar varios nuevos recursos que se mencionan en la barra lateral.



APOYO A PADRES Y CUIDADORES TRABAJADORES

Portal de Circle In

A través de una nueva alianza con Circle In, un portal diseñado en exclusiva para Gap Inc. ofrece recursos e información para los padres trabajadores, incluidas plantillas de correo electrónico para licencia parental fuera de la oficina e historias inspiradoras sobre los colegas de Gap Inc. que equilibran el trabajo con la vida familiar.

Reembolso de cuidado de los hijos

Aportamos apoyo financiero para el cuidado de los hijos a través de nuestro proveedor de beneficios, Bright Horizons. En 2020, Gap Inc. proporcionó a los padres un reembolso diario de hasta 10 días que los padres podrían utilizar para pagar a una niñera, un familiar o un vecino por cuidar a sus hijos. En 2021, extendimos dicho reembolso para cubrir 15 días.

Desarrollar redes

PARENTS@Gap Inc. creó nuevas oportunidades de conexión y apoyo entre pares a través de una plataforma de chat interna y un boletín de noticias más frecuente. PARENTS@Gap Inc. también se asoció con otro grupo de igualdad y pertenencia, BLACK@Gap Inc., para realizar seminarios web con Embrace Race y The Conscious Kid sobre cómo hablar a los niños sobre la raza y el racismo.

En 2020, la membresía PARENTS@Gap Inc. se duplicó, pasando de 400 personas a casi 800. El grupo y los beneficios progresivos de Gap Inc., incluida nuestra licencia parental remunerada extendida, fueron destacados como un caso de estudio en la publicación del Centro de Equidad, Género y Liderazgo *Apoyando a las parejas profesionales con dos carreras: un libro de liderazgo con fluidez de equidad*.

AMBIENTE

COMUNIDADES ENRIQUECEDORAS

Gap Inc. se comprometió a convertirse en una empresa que genere cero huella de carbono y haga un uso positivo del agua para el año 2050, para lo cual buscamos eliminar los plásticos de un solo uso de nuestra cadena de valor y respaldamos una economía circular a fin de proteger los recursos naturales y garantizar comunidades saludables para las futuras generaciones.

Proteger nuestro planeta es fundamental para nuestra estrategia de negocio sustentable y central para el futuro de nuestra compañía. El daño climático y la urgente escasez de agua son retos globales que trascienden fronteras, afectando a todas las personas y comunidades.

A través de nuestro trabajo para lograr nuestros objetivos audaces, estamos dando pasos todos los días, incluido el incorporar la sustentabilidad en el diseño de productos y colaborar con negocios, organizaciones sin fines de lucro, gubernamentales y de la comunidad para hacer nuestra parte en la construcción de un planeta próspero.

EN ESTA SECCIÓN

Cuidado del agua	33
Mujeres y agua	34
Manejo de sustancias químicas	36
Cuidado del medio ambiente y la energía	37
Abastecimiento de materiales sustentables	39
Circularidad y desperdicios	40



CUIDADO DEL AGUA

Estamos trabajando de forma estratégica para usar el agua de forma más eficiente al diseñar y fabricar nuestros productos. Buscamos eliminar la contaminación del agua a partir de sustancias químicas; mejorar la conciencia y el acceso al agua y al saneamiento, en particular entre las mujeres, e invertir en oportunidades de desarrollar la resiliencia del agua en la comunidad y catalizar la innovación para el agua.

Como miembro fundador de la Coalición contra la Resiliencia del Agua, nos hemos comprometido a apoyar sus **ambiciosos objetivos de 2050**:

- Impacto neto positivo del agua en las regiones con restricciones de agua
- Cadena de valor resilientes al agua
- Liderazgo global para aumentar la ambición de la resiliencia del agua

Conoce más sobre nuestro enfoque de trabajar con proveedores, nuestras asociaciones del sector y las herramientas que utilizamos para optimizar la gestión del agua en [nuestro sitio web](#).

NUESTRAS ÁREAS DE ENFOQUE

Nuestros programas y colaboraciones están diseñados para hacer frente a los distintos desafíos del agua, impulsar acciones comerciales más generales y concientizar sobre estos problemas críticos. Nos enfocamos en tres áreas clave:

Mujeres + agua

Mejorar el acceso de las mujeres al agua, a la higiene y a los servicios de higiene (WASH) en las comunidades de producción de algodón y textiles en la India, a través de USAID y la Alianza de Mujeres + Agua de Gap Inc. (consulta la [pág. 34](#)) y nuestro Programa de mejora de carrera y avance personal (P.A.C.E.) (consulta la [pág. 16](#)).

Eficiencia de recursos y producción

Apoyo a las fábricas de telas, las instalaciones de corte y confección y las lavanderías a través de programas centrados en la eficiencia de la energía y el agua y la calidad del agua (consulta la [pág. 46](#)).

Materias primas y productos

Utilizando innovaciones en el ahorro de agua en todas nuestras marcas y, cuando sea posible, cambiar a materias primas que tengan un beneficio en la calidad o cantidad del agua (consulta la [pág. 46](#)).

En reconocimiento de nuestros esfuerzos por gestionar los riesgos y las oportunidades relacionadas con la seguridad del agua, recibimos un puntaje de A- por parte de **CDP Water** en el 2020.



ASOCIACIONES PARA EL APOYO Y EL CAMBIO DEL SECTOR

Colaboramos en varias iniciativas para abordar la escasez de agua y mejorar el acceso al agua y saneamiento:

Coalición de resiliencia del agua (CMR)

Tiene por finalidad afectar de manera positiva las 100 cuencas de agua del mundo y permitir el acceso sustentable al agua y al saneamiento a 100 millones de personas para el año 2030.

WASH4Work

Trabaja para impulsar una mayor acción comercial en torno a la Meta de Desarrollo Sustentable (SDG) 6, a fin de lograr el acceso universal al agua limpia y saneamiento en el lugar de trabajo, en las comunidades y en las cadenas de suministro.

Día Mundial del Agua

En marzo de 2021, Mark Breitbard, presidente y director ejecutivo de Gap Brand, habló en un evento de UNGC CEO Water Mandate para resaltar el valor del agua para el negocio.

Ceres Connect the Drops

Aprovecha las voces corporativas para defender políticas que protegen el acceso al agua en California, un estado con agua restringida y sede central de Gap Inc.

**WOMEN
+WATER**



Gap Inc.

La mayoría de las personas que fabrican nuestra ropa son mujeres, y el acceso y la asequibilidad a los servicios de agua, sanitización e higiene (WASH) es un gran desafío para muchas mujeres en nuestros países proveedores clave. Dado que las mujeres en dichas comunidades son en gran medida responsables de tareas domésticas como cocinar, limpiar y conseguir agua, lidian con una carga desproporcionada en lo que respecta al esfuerzo de conseguir agua.

Esto es particularmente cierto en la India, un lugar importante tanto para el cultivo del algodón como para la elaboración de textiles. A través de la Alianza de Mujeres + Agua de Gap Inc. y USAID, una alianza público-privada de \$32 millones, nos asociamos con CARE, Water.org, WaterAid y el Instituto para comunidades sustentables para mejorar el acceso a los servicios WASH para las mujeres de las comunidades de cultivo de algodón y producción textil en las cuencas del río Ganges, Godavari y Narmada, con restricciones de agua.



ASPECTOS PRINCIPALES

EMPODERAMOS A **650 000**

personas para mejorar su acceso al agua y al saneamiento. Esto incluyó apoyar a las comunidades a desarrollar planes de acción de la población para la seguridad del agua, ayudar al gobierno en su planeación, financiamiento y mantenimiento de servicios de agua con canalizaciones; y micropréstamos catalizadores de conexiones de tuberías de agua, bombas manuales de agua, almacenamiento de agua, estructuras de recopilación de agua de lluvia, filtros de agua y sanitarios.

MÁS DE **41 000**

mujeres de comunidades que cultivan algodón se capacitaron en prácticas de higiene WASH a través del programa P.A.C.E. en 2020 (más de 115 000 mujeres capacitadas desde 2017).

PREPARADO MÁS DE **1000**

planes de acción para el acceso al agua en la aldea en colaboración con los gobiernos nacionales y locales de la India

CATALIZAMOS **\$3,3 millones**

en financiamiento WASH a través de más de 18 000 microcréditos (o un total de \$6,4 millones en 33 000 créditos desde 2017)

MÁS DE **3000**

agricultores adoptaron las prácticas recomendadas de gestión del agua como resultado de la capacitación sobre el agua

PROGRESO DE 2020

La pandemia COVID-19 resaltó la importancia que conlleva WASH como una defensa crítica contra el esparcimiento de enfermedades y virus. Durante una pausa de seis meses en la programación de la alianza Mujeres + Agua y Gap Inc. y USAID, debido al confinamiento, los líderes y participantes del programa llevaron a cabo campañas educativas sobre la importancia del lavado de las manos para mitigar el contagio de la COVID-19, cosieron más de 15 000 cubrebocas hechos a mano y distribuyeron alimentos a quienes lo necesitaban.

Para obtener más información sobre las asociaciones específicas de USAID y la Alianza W+W, visita [nuestro sitio web](#).

NUEVA META

Empoderar a

2 millones de personas, incluidos
1 millón de mujeres, con mejor acceso
al agua e higiene para 2023, a través
de la Alianza de Mujeres + Agua de
Gap Inc. y USAID

EFICIENCIA DE LOS RECURSOS Y PRODUCCIÓN

Debido a que muchas cuestiones relacionadas con el agua se basan en el contexto local, trazamos un mapa de todas las instalaciones preferidas, lo que representa el 67 % de nuestro negocio, y lo comparamos con el atlas de riesgos de agua del Instituto de Recursos Mundiales (Aquaducto) para ayudarnos a priorizar las áreas donde necesitamos enfocarnos.

También trabajamos con el Instituto de Impacto de la Ropa (Aii) y la Alianza para textiles más limpios (PaCT) en plataformas y pilotos que han contribuido a que las instalaciones reduzcan el consumo de agua. Y, a través de nuestro Programa de calidad del agua, monitorizamos y mejoramos de manera activa la calidad del agua en las lavanderías de denim. El programa evolucionó para incluir la gestión de químicos, un componente clave de la calidad del agua (consulta la [pág. 36](#)).

Gap, Athleta, Old Navy y Banana Republic están reduciendo los impactos en el agua a través de la expansión de programas como Washwell™ for denim, que reduce el agua que se utiliza en el terminado de las prendas al menos en un 20 %.

ASPECTOS PRINCIPALES

SE SUPERO EN 2020

La meta de ahorrar 10 000 millones de litros de agua con los socios de la fábrica de telas y procesamiento húmedo, lo que representa un ahorro de 11 300 millones de litros de agua desde 2014.

89 %

de nuestros proveedores estratégicos de Nivel 1 y el 80 % de los Nivel 2 completaron el Módulo de Medio Ambiente de Instalaciones (FEM) del Índice Higg 3.0 para medir su desempeño ambiental y sustentabilidad.

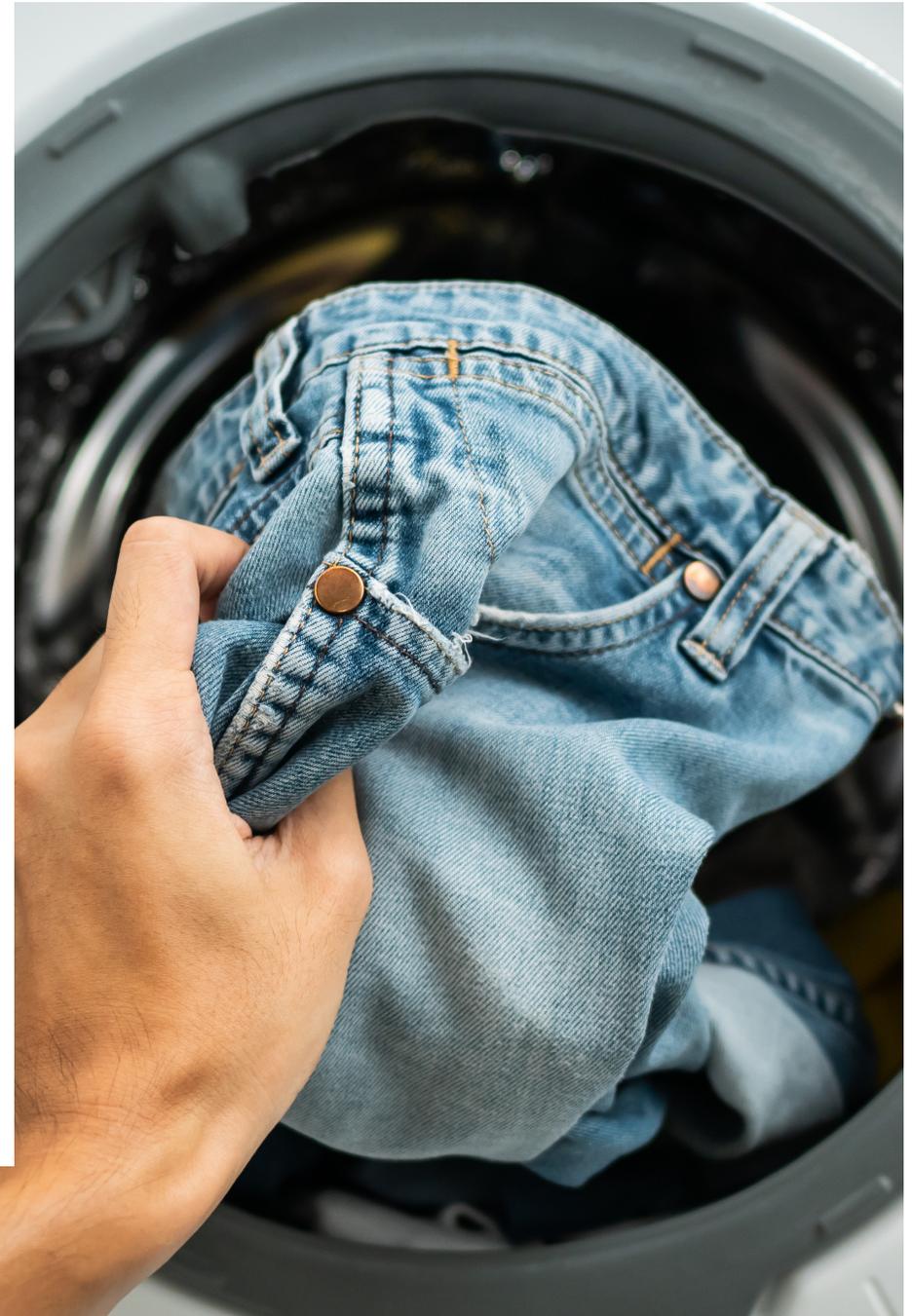
PROGRESO DE 2020

A través de nuestro Programa de sustentabilidad del sector, participamos en tres esfuerzos clave en todo el sector para ayudarnos a cumplir con nuestros objetivos de sustentabilidad: la Coalición de prendas de vestir sustentables (SAC), La Aprobación Cero de Productos Químicos Peligrosos (ZDHC) y el Programa de Convergencia Social y Laboral (SLCP). Nuestros talleres estratégicos está obligados a participar y esto nos permite alinear nuestro enfoque con los estándares del sector, aumentar la transparencia e impulsar la innovación.

A finales de 2020, todas nuestras instalaciones de producción y el 70 % de nuestros talleres estratégicos habían completado el autoexamen del Índice Higg para comunicar su uso del agua y la energía, así como los productos químicos, y la gestión de los desperdicios. 280 instalaciones verificaron sus respuestas. En total, 71 instalaciones participaron en nuestros programas de eficiencia ambiental y se ahorraron más de 7 500 millones de litros de agua y 140 277 toneladas métricas de dióxido de carbono equivalentes (CO₂e) entre 2013 y 2020.

Para ofrecer apoyo a proveedores durante la crisis de COVID-19, encontramos formas de ejecutar programas de gestión del agua sin costo alguno. Por ejemplo, Aii inició un programa de liderazgo libre de carbono para cinco instalaciones y firmamos una alianza con Schneider Electric para ofrecer energía renovable gratuita para 178 proveedores. También extendimos la duración de programas para eficientar recursos que debieron terminar en 2020, con cinco programas a lo largo de 22 instalaciones, que ahora esperamos completar en 2021.

Además, alentamos a los proveedores a que se reporten a sí mismos los resultados y los planes medioambientales o envíen resultados de pruebas del gobierno en vez de exigir pruebas de terceros para nuestro Programa de calidad del agua. Descubre cómo estamos mejorando las prácticas ambientales y beneficiando a las comunidades en nuestra [página web de Talleres & Lavanderías](#).



GESTIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS

Nuestra meta es eliminar la descarga de sustancias químicas peligrosas dentro de nuestra cadena de suministro para disminuir nuestro impacto ambiental y mejorar el acceso a agua limpia y segura en las comunidades en las que operan las instalaciones y plantas de nuestros proveedores.

También estamos trabajando para eliminar de manera escalonada algunos productos químicos particularmente preocupantes, incluyendo nuestro compromiso de eliminar los acabados basados en PFC. En [nuestro sitio web](#), puedes obtener más información sobre nuestro acercamiento a la gestión de sustancias químicas.

PROGRESO DEL 2020 HACIA LA LIBERACIÓN CERO DE PRODUCTOS QUÍMICOS PELIGROSOS

En 2020, continuamos monitorizando y ayudaremos de manera activa a mejorar la calidad de las aguas residuales en las instalaciones de denim a través de nuestro Programa de calidad del agua, que ha sido un requisito durante más de 15 años. En 2020, participaron 54 lavanderías de denim; el 94,2 % de las instalaciones cumplen con todos los parámetros convencionales y el 88,5 % cumple con todos los parámetros de la Lista de sustancias químicas peligrosas (ZDHC) de la industria de la elaboración de sustancias restringidas (MRSL), en consonancia con las pautas de ZDHC en materia de desperdicios.

ELIMINACIÓN DE LOS ACABADOS BASADOS EN PFC

Al ampliar nuestra prohibición del 2016 de los PFC de cadena larga, actualmente estamos en camino a eliminar todos los acabados basados en PFC de nuestra cadena de suministro para el año 2023:

- En 2020, las telas con acabados basados en PFC y potencialmente basados en PFC se utilizaron en menos del 2 % de las unidades de todas nuestras marcas. Del antedicho 2 %, el 7 % de los productos repelentes al agua y a las manchas se confeccionaron con acabados no basados en PFC.



Para permitir la eliminación de los acabados basados en PFC, creamos una lista interna de acabados no basados en PFC aceptables que pueden ofrecer un desempeño similar.

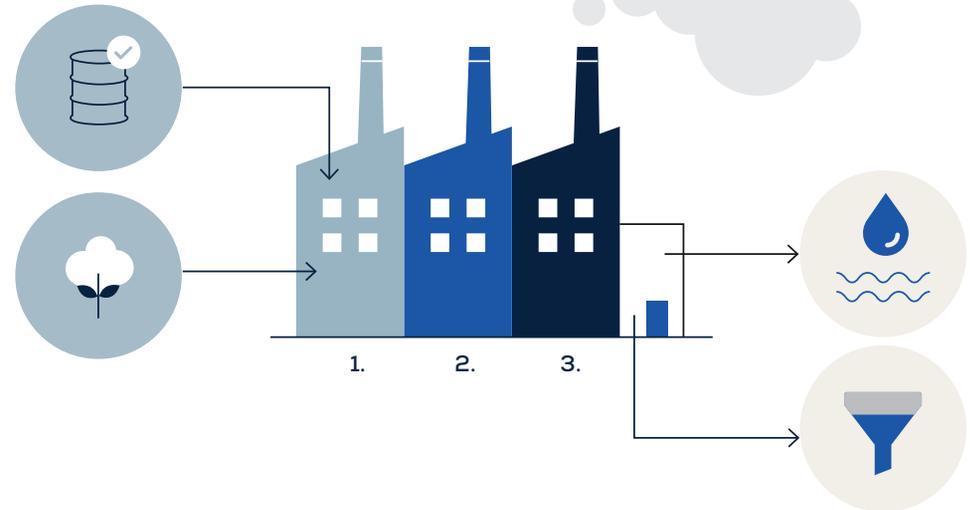
RECURSOS PARA MARCAS

En 2020, desarrollamos un conjunto de herramientas internas de teñido, acabado y procesamiento húmedo para empoderar a los equipos multidisciplinares a evaluar nuevas oportunidades y tomar decisiones informadas. El conjunto de herramientas respalda el cumplimiento de nuestras políticas de pruebas de MRSL, RSL y pruebas de aguas residuales, además de orientación adicional sobre el desempeño de los acabados y tintes. Continuaremos ampliando y desarrollando este recurso para apoyar a nuestras marcas en la identificación de opciones más sustentables para el teñido y el acabado.

CÓMO GESTIONAMOS LAS SUSTANCIAS QUÍMICAS EN GAP INC.

1. GESTIÓN DE ENTRADAS

La selección de mejores entradas de sustancias químicas y materiales de inicio es una parte esencial para disminuir el uso y la liberación de sustancias químicas peligrosas.



2. GESTIÓN DE PROCESOS

La incorporación a las prácticas recomendadas de gestión de sustancias químicas durante la producción es fundamental para disminuir los riesgos tanto humanos como medioambientales.

3. GESTIÓN DE SALIDA

Entre los productos que se obtienen de la industria de la ropa y calzado, se encuentran los productos terminados así como aguas residuales.

OBJETIVOS

Cero

Trabajar para la liberación de cero sustancias químicas peligrosas en nuestra cadena de suministro.

Eliminar

todos los acabados basados en PFC de nuestra cadena de suministro para el año 2023.

CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE Y LA ENERGÍA

Nuestra meta a largo plazo es lograr cero huella de carbono en toda nuestra cadena de valor para el año 2050. En las bases de nuestro enfoque son metas que se alinean con el consenso científico del Acuerdo de París para perseguir los esfuerzos por limitar el aumento de la temperatura global a menos de 1,5 grados centígrados.

Formamos parte de la iniciativa Objetivos basados en la ciencia (SBTi). En 2020, recibimos la aprobación de nuestros objetivos integrales basados en la ciencia para reducir las emisiones de Alcance 1 (directamente desde instalaciones de la compañía), Alcance 2 (indirectas de productos y servicios adquiridos) y Alcance 3 (emisión de la cadena de suministro de productos, logística y desperdicios).

Conoce más sobre nuestro acercamiento al cuidado del ambiente y la administración de la energía en [nuestro sitio web](#).

OBJETIVOS

2050

Cero huella de carbono a lo largo de nuestra cadena de valor para 2050

Fuente

100 % de energía renovable para nuestras instalaciones propias y de terceros a nivel global para el año 2030

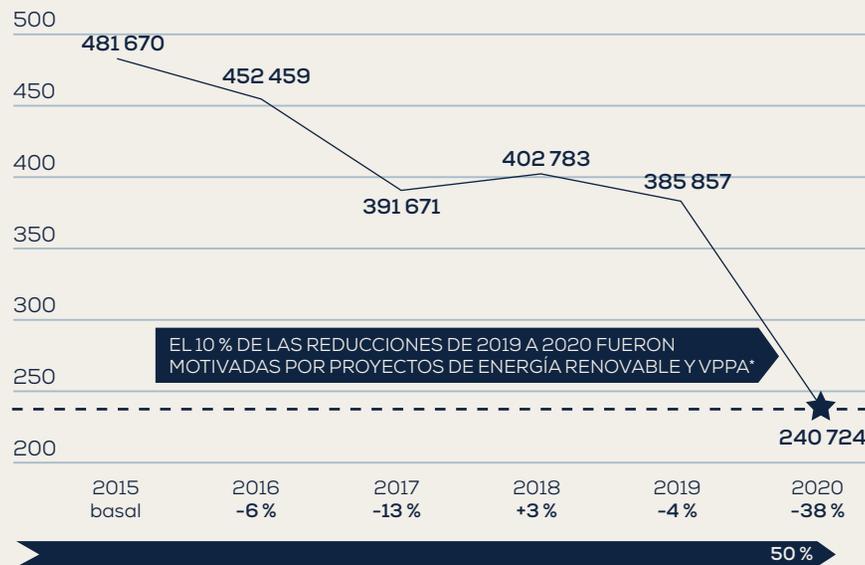
Reducción

absoluta de las emisiones de gases de efecto invernadero de Alcance 1 y 2 en un 90 % para 2030, tomando como base los valores de 2017

Reducir

las emisiones de gases de efecto invernadero de Alcance 3 provenientes de bienes y servicios adquiridos en un 30 % para el año 2030 con respecto a 2017

EMISIONES GLOBALES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (TONELADAS DE CO₂E DE ALCANCE 1 Y 2, CON BASE EN EL MERCADO)



META ALCANZADA

Reducir

las emisiones de gases de efecto invernadero en un 50 % en nuestras instalaciones propias y de terceros a nivel global para 2020 con respecto a 2015

* VPPA = Acuerdo de compra de energía virtual (Virtual Power Purchase Agreement).

PROGRESO DE 2020

A principios de 2021, alcanzamos nuestra meta de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en un 50 % en las instalaciones propias y de terceros para el año 2020 con respecto a los niveles de 2015, gracias a nuestras inversiones en energía renovable y a la expansión de nuestros proyectos de ahorro de energía. Con base en esto, definimos los objetivos de reducción de las emisiones de Alcance 1, 2 y 3 para el año 2030, así como una meta de energía renovable para encaminarnos hacia una cadena de valor que produzca cero huella de carbono para el año 2050.

Debido al confinamiento y cierres de tiendas por COVID-19, nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 se redujeron en 2020. También logramos una reducción del 39 % de las emisiones de gases de efecto invernadero en nuestras instalaciones propias y de terceros desde 2017, lo que nos pone a la mitad del camino hacia nuestra nueva meta para 2030. En términos absolutos, redujimos nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en 39 803 toneladas métricas de CO₂e a través de inversiones en energía renovable.

Desde que se llevó a la compañía en línea, a finales de 2020, el 17 % de nuestro uso de energía en nuestros sitios propios y de terceros se produjo a partir de fuentes renovables.

Debido a la crisis de COVID-19, pusimos pausa y redujimos algunos de nuestros programas de cadena de suministro de Alcance 3, tanto ambientales como de eficiencia energética, para disminuir la carga de los costos para nuestros proveedores. Sin embargo, nuestra alianza permanente con Aii Clean by Design y PaCT en Bangladesh siguió impulsando reducciones significativas en nuestras instalaciones de Nivel 1 y Nivel 2, basadas en Asia.

Estamos explorando estrategias de adaptación al cambio climático que puedan atenuar los impactos financieros y físicos del cambio climático al tiempo que damos lugar a la creación de negocios y la resiliencia de la comunidad. Esto incluye los proyectos de energía renovable en Asia y en otros lugares de nuestra cadena de suministro, así como acelerar la transición a las materias primas con menor huella de carbono.

ACCIONES PARA LAS EMISIONES DE ALCANCE 1 Y 2

Para conseguir nuestras metas relativas a las emisiones de Alcance 1 y 2, hemos invertido en programas de eficiencia energética y ajustes en las tiendas con los que buscamos reducir las emisiones de gases efecto invernadero en instalaciones propias y de terceros. Esto incluyen la transformación de los sistemas de gestión energética de nuestras tiendas y el reemplazo de unidades de calefacción, ventilación y aire acondicionado (HVAC) por modelos con mayor eficiencia energética. Definimos protocolos para los nuevos edificios y calificamos a todas las tiendas para que prioricen los proyectos de retroajuste para una mayor eficiencia energética.

Nuestros proyectos de energía renovable, acuerdos de compra de energía e instalaciones en sitio pueden generar 400 000 megawatts por hora de energía limpia cada año, lo suficiente para proveer energía a 1800 de nuestras aproximadamente 3100 tiendas minoristas propias. Estos proyectos nos convierten en uno de los mayores compradores de energía limpia en la industria minorista de EE. UU.

Además, continuamos ofreciendo una opción de envío con baja emisión de carbono en nuestros sitios de comercio electrónico y estamos comprometidos con el uso de modos de transporte más limpios, lo que fomenta el uso de estrategias y tecnologías de ahorro de combustible.

ACCIONES PARA LAS EMISIONES DE ALCANCE 3

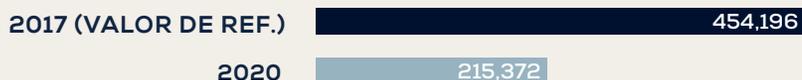
La mayoría de nuestros impactos en el medio ambiente se encuentran dentro de nuestras emisiones de Alcance 3 en la cadena de suministro, que están directamente vinculadas al crecimiento de nuestro negocio. Seguimos enfocados en trabajar de cerca con nuestros proveedores para abordar dichas emisiones y mejorar la eficiencia de sus instalaciones. Además de nuestros programas existentes de eficiencia energética, estamos involucrando a nuestros principales proveedores en las estrategias de reducción de carbono y explorando oportunidades de energía renovable con proveedores estratégicos.

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (TONELADAS MÉTRICAS DE CO₂ E)

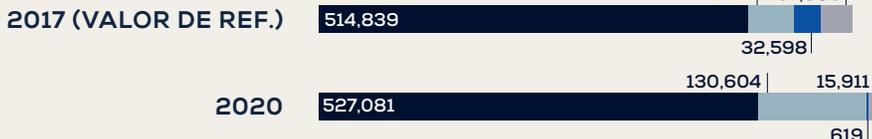
Alcance 1 en



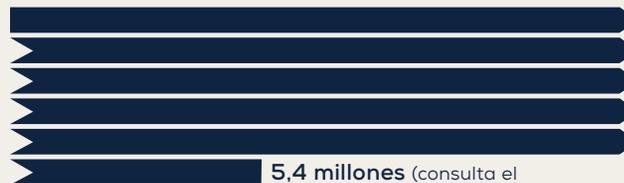
Alcance 2 en



Alcance 3 en



BIENES Y SERVICIOS ADQUIRIDOS EN 2019*



5,4 millones (consulta el siguiente gráfico para ver el detalle de las emisiones)

Detalle de los factores que contribuyen a las emisiones de Alcance 3: bienes y servicios adquiridos



*datos de 2020 disponibles el próximo año

DIVULGACIONES ADICIONALES

Cambio climático de la CDP

Nuestra respuesta al cambio climático de la CDP incluye información detallada sobre nuestra estrategia y desempeño, que incorpora recomendaciones del Grupo de Tareas sobre Divulgaciones financieras relacionadas con el cambio climático (TCFD).

Compromisos externos

Compromiso de envíos del ártico
En colaboración con Ocean Conservancy, firmamos el Compromiso de envíos del ártico y nos comprometemos a no enviar barcos de manera intencional a través del frágil ecosistema del Ártico.

Acuerdo de moda

Esta coalición formada por las principales compañías de ropa y textiles ha definido una agenda común para llegar a una energía 100 % renovable, disminuir el carbono, aumentar la biodiversidad y enfocarse en el desarrollo sustentable para el año 2050. Además, CEO Sonia Syngal está en el Comité de Dirección del Pacto de Moda para 2021.

UNFCCC

Gap Inc. ha asumido un compromiso con generar cero huella de carbono para el año 2050 como parte del marco de trabajo de la Convención de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

ABASTECIMIENTO DE MATERIALES SUSTENTABLES

Estamos comprometidos con la selección de fibras que generan una menor huella de carbono, que utilizan menos agua y que generan menos desperdicios.

Para ayudarnos en esto, utilizamos herramientas del sector como el Índice de sostenibilidad de los materiales de Higg de la Coalición de Prendas Sustentables (Higg Materials Sustainability Index) y la Matriz de **materiales y fibras** de Textile Exchange. Nuestra estrategia integral de fibras preferidas integral datos de evaluación del ciclo de vida (LCA) sobre indicadores, incluido el potencial de calentamiento global, el uso de agua y la eutrofización, así como evaluaciones para la biodiversidad, potencial de circularidad, química, cambio de uso de las tierras y condiciones sociales dentro de la producción. También entregamos informes de consumo de fibras sustentables a equipos relevantes con regularidad para resaltar el progreso e impulsar mejoras permanentes.

Además, ofrecemos capacitación detallada sobre diseño sustentable como parte de nuestro programa de aprendizaje y desarrollo integral y, a principios de 2020, diseñamos un amplio conjunto de herramientas internas para determinar las características de los productos, llamado Product Claims Toolkit.

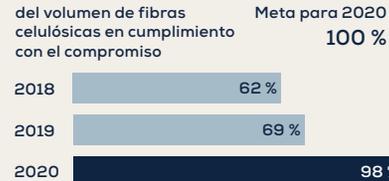
En nuestro [sitio web](#), puedes obtener más información sobre nuestro enfoque de abastecimiento de materiales sustentables y nuestras asociaciones del sector.

OBJETIVOS

META: OBTENER EL 100 % DEL ALGODÓN DE FUENTES MÁS SUSTENTABLES PARA 2025



META: ELIMINAR EL USO DE FIBRAS DE ORIGEN MADERERO PROCEDENTES DE BOSQUES ANTIGUOS Y EN PELIGRO DE EXTINCIÓN PARA 2020



Se actualizó el método de cálculo para reflejar mejoras en los datos.



CAPACITACIÓN Y RECURSOS EN 2020

2187

Empleados totales de diseño y desarrollo de productos capacitados en prácticas sustentables hasta la fecha

320

Empleados de diseño y desarrollo de productos que asisten a los talleres¹⁶

PROGRESO DE 2020

Continuamos enfocándonos en los materiales que representan casi la totalidad (aproximadamente el 97 %) del consumo de fibras: fibras naturales (algodón, lino, etc.), sintéticas (poliéster, nylon, etc.) y celulosa fabricada, como rayón y modal.

En 2020, donamos nuestro **Conjunto de herramientas de fibras de preferencia** para el intercambio textil sin fines de lucro global, ayudando a optimizar los enfoques del sector y ampliar las prácticas recomendadas. Al incorporar datos cuantitativos y cualitativos de los materiales en una herramienta de todo el sector, las compañías se beneficiarán de una guía consolidada y validada. Un enfoque exigente y basado en los datos brindará mayor confianza en el abastecimiento de fibras sustentables, al tiempo que creará un incentivo para elegir materias primas más amigables con el planeta. La herramienta se **revisarán y estará disponibles al público** en 2021.

También continuamos apoyando a nuestras marcas para que establezcan sus propios objetivos de abastecimiento de materiales sustentables y lleven a cabo sus propios programas de capacitación. Esto ha dado como resultado nuevas líneas de productos con un enfoque de sustentabilidad, como Gap Teen.

Fibras naturales

Gap Inc. se ha comprometido a obtener algodón 100 % más sustentable para 2025. En 2020, nos unimos al Desafío de Algodón Sustentable de 2025 de Textile Exchange y nos convertimos en la primera marca en inscribirse al nuevo U.S. Cotton Trust Protocol®.

Planeamos explorar formas de desarrollar prácticas regenerativas de la producción de materias primas. Encuentra los datos asociados con esta sección en nuestro [Índice SASB 2020](#).

Sintéticos

En respuesta al desafío de intercambio textil de poliéster reciclado (rPET), todas nuestras marcas firmaron el compromiso de aumentar el suministro de poliéster reciclado en volumen al 45 % de su uso de poliéster para el año 2025.

También somos miembros activos de la Mesa redonda rPET de Textile Exchange y el Grupo de Trabajo Biosintético, que investiga las innovaciones del sector hacia fibras más sustentables.

Celulósicos fabricados

Estamos trabajando de cerca con nuestros principales proveedores para eliminar el uso de fibras de origen maderero de los bosques antiguos y en peligro de extinción. Aunque nuestro objetivo era alcanzar este logro durante 2020, todavía estamos trabajando con algunos proveedores para verificar el cumplimiento.

En 2020, recopilamos datos sobre nuestra cadena de suministro que representan más del 98 % de nuestro volumen de fibras celulósicas, lo que confirmó que el 100 % de su volumen celulósico correspondiente está en cumplimiento. Aunque no cumplimos con esta meta en 2020, estamos comprometidos con este trabajo continuo.

16. Los talleres incluyeron Sustentabilidad básica, Afirmaciones de sustentabilidad, Fibras de preferencia, Diseño consciente de la circularidad, Sustentabilidad en procesamiento húmedo y denim sustentable.

CIRCULARIDAD Y DESPERDICIOS

Nuestro trabajo sobre la circularidad se organiza en cuatro ejes que constituyen los cimientos de la economía circular y crean los mecanismos para priorizar de manera eficaz nuestro trabajo:



Además de nuestros esfuerzos en materia de circularidad, continuamos reduciendo, eliminando y reciclando los restos de los empaques, y nos pusimos la meta de eliminar los plásticos de un solo uso para el año 2030. En Norteamérica, el 90 % de nuestros desperdicios proviene de nuestras tiendas. Al innovar, estamos trabajando para optimizar los empaques, disminuir el volumen de empaques, disminuir los costos comerciales y respaldar el cambio en todo el sector.

Nuestros nuevos socios del sector incluyen [Aceleración de la circularidad](#), [Caja Give Back](#), [How2Recycle](#) y [el consorcio de microfibras](#). Encuentra más información sobre nuestros esfuerzos respecto a la [circularidad y la gestión de desperdicios](#) y mira la lista completa de nuestros socios de la industria en nuestra [página web](#).

NUEVA META

Eliminar

los plásticos de un solo uso para el año 2030

A causa de las alteraciones que la COVID-19 provocó en los centros comerciales, en el transporte de desechos y en las operaciones internas, cambiamos nuestros esfuerzos de traslado de desechos a nuestra nueva meta de eliminar los plásticos de un solo uso para el año 2030.

1. DISEÑO DE CIRCULARIDAD

Educar a los equipos de diseño sobre las opciones que pueden afectar positivamente la longevidad del producto, la reutilización y la capacidad reciclaje (lee nuestro acercamiento al abastecimiento de materiales sustentables en la [pág. 39](#)).

2. MATERIALES Y PRODUCCIÓN

Aumentar el uso de materiales seguros, renovables y reciclados; y respaldar la innovación en la producción circular.

3. RECUPERACIÓN AVANZADA DE RECURSOS

Sistemas de respaldo para la recolección, clasificación y reciclaje de los textiles usados en nuevos materiales para la industria de la moda.

4. MODELOS DE NEGOCIOS CIRCULARES

Desacoplar las ganancias del uso de recursos naturales, con nuevas propuestas de valor para el cliente como resultado.



PROGRESO DE 2020

Circularidad

Además de refinar los cuatro ejes de nuestra estrategia durante 2020, trabajamos con nuestros equipos de marca en iniciativas de circularidad internas y orientadas al cliente (más información sobre este tema en la [pág. 40](#)). Nos complace que todas nuestras marcas hayan adoptado trabajo que se ajuste al menos a un eje de la estrategia.

Inventario excedente

El inventario excedente en nuestras marcas durante el año fiscal 2020 fue reutilizado donando ropa a organizaciones necesitadas, incluyendo 6 millones de unidades a UNHCR a través de la asociación sin fines de lucro Good360.

Presentación de denim circular de Gap y Banana Republic

En colaboración con el [proyecto de rediseño de jeans](#) de la Fundación Ellen MacArthur, Gap y Banana Republic lanzaron jeans circulares en la Cumbre virtual de Moda de Copenhague. La colección de cinco piezas de Gap cumple con las pautas del rediseño de los jeans a través de medidas como eliminar spandex, usar el algodón reciclado, usar solamente químicos compatibles con ZDHC para el teñido y el acabado, y reemplazar los cierres con herreras desmontables para facilitar el reciclaje. Mientras tanto, el denim de Banana Republic utilizó algodón orgánico, eliminó los remaches y adoptó el acabado con láser en vez de productos químicos para generar un degradado, lo que facilita la reutilización y el reciclaje.

Programa de alquiler de moda de Banana Republic

La marca inició su programa "Pasaporte de estilo" en EE. UU., un servicio de suscripción mediante el cual los clientes reciben tres prendas a la vez y tienen la opción de rentarlos y devolverlos o comprar los que más les gusten. Junto con la tienda en línea Thrilling, Banana Republic también ofrece ropa vintage para la venta.

En 2020, parte de nuestro trabajo se retrasó debido a la COVID-19, incluidos dos pilotos que llevamos a cabo en conjunto con el Instituto

de investigación en textiles y prendas de vestir de Hong Kong (HKRITA) (más información en la [pág. 9](#)).

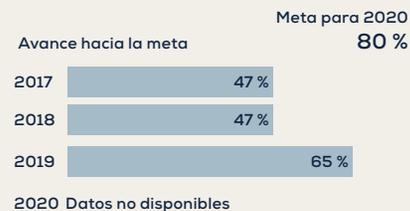
RESTOS DE EMPAQUES Y PLÁSTICOS DE UN SOLO USO

En 2020, identificamos áreas críticas en las que centrarnos: ganchos, bolsas de polietileno, bolsas de compras y empaques para comercio electrónico, lo cual equivale al 60 % de nuestro inventario de plástico de un solo uso. Creamos un grupo de tareas interno y multidisciplinario para buscar soluciones para estas categorías de alto impacto. Además, continuamos innovando en el diseño de empaques, en el etiquetado del producto y en los sistemas de reciclaje.

Continuamos probando soluciones que toman en cuenta del hecho de que solo un pequeño grupo de municipios pueden reciclar plásticos suaves. Entre estos, se incluye una mejor comunicación con los empleados de la tienda sobre las oportunidades de reciclaje en su ubicación, la colaboración de nuestros proveedores para disminuir el tamaño de las bolsas de polietileno que se envían a las tiendas y la creación de materiales de marketing en la tienda con el reciclaje en mente.

De cara al futuro, participaremos en grupos de trabajo del sector e impulsaremos alternativas emergentes de materiales de plástico para disminuir y, eventualmente, eliminar la huella de nuestros empaques de plástico.

META: DESVIAR EL 80 % DE LOS RESIDUOS DEL RELLENO SANITARIO EN NUESTRAS INSTALACIONES DE EE. UU. PARA EL AÑO 2020



ASPECTOS DESTACADOS DE LOS DESPERDICIOS DEL 2020

Aunque COVID-19 retrasó parte de nuestro trabajo, nuestros aspectos destacados del 2020 incluyen lo siguiente:

- Gap Inc. desvió el 13 % de sus desperdicios de plástico de un solo uso.
- Gap Inc. aumentó del 35 % al 50 % el contenido reciclado en sus bolsas de papel en 2020 y la implementación se tiene programada para 2021.
- Los nuevos estándares de doblado para Gap, Old Navy y Athleta han ahorrado \$13 millones en costos de carga y evitan más de 3 millones de kilos de empaques de plástico.
- Old Navy, Gap y Banana Republic utilizan cinta 100 % reciclada para todas las etiquetas de contenidos y cuidados, lo que tiene el potencial de ahorrar 830 toneladas de plástico al año. Estas marcas también tienen una etiqueta de precio con dimensiones más pequeñas que incorpora papel certificado por la FSC, lo que permite un ahorro de 120 toneladas de papel.
- Old Navy amplió su programa de reciclaje de contenedores a 600 tiendas, lo que desviará un millón de kilos de plástico del relleno sanitario al año. El programa se expandirá a todas las tiendas para fines del 2021.
- Athleta desvió el 74 % de los desperdicios que generaba.



DIRECCIÓN

Una dirección sólida es la base de un negocio sustentable. Para nosotros, una buena dirección comienza con un sólido consejo directivo que tiene una perspectiva independiente sobre nuestro negocio y gestión de la compañía, incluido nuestro enfoque de crear un cambio social y ambiental.

Nos guían nuestra ética, nuestra estructura y sólidas políticas que garantizan que nuestros programas sociales y medioambientales cumplan con las metas sociales y ambientales de nuestra compañía y apoyen nuestro negocio.

EN ESTA SECCIÓN

Dirección en materia de sustentabilidad	43
Prácticas comerciales responsables	44
Compromiso e involucramiento de las partes interesadas	45
Ciclo de vida del producto	46
Anexo del ESG y afirmaciones prospectivas	47

DIRECCIÓN EN MATERIA DE SUSTENTABILIDAD

El consejo directivo de Gap Inc. y, en particular, el Comité de Dirección y Sustentabilidad, supervisan nuestro programa de sustentabilidad global.

El consejo directivo y su comité de dirección y sustentabilidad reciben actualizaciones periódicas por parte de la directora de transformación de crecimiento, Sally Gilligan, y de sus líderes de sustentabilidad global. Sally es parte del equipo de liderazgo senior y se reúne con líderes de la compañía con regularidad, incluidos nuestros equipos de abastecimiento, producción, marca y operaciones.

Nuestro equipo de Sustentabilidad global trabaja de cerca con los equipos de productos y marketing de nuestras marcas, así como con nuestros equipos de Igualdad y Pertenencia, Recursos Humanos, Estrategia de la cadena de suministro, Asuntos gubernamentales, Asuntos jurídicos y Fundación Gap, entre otros.

Obtén más información a través de nuestras páginas web de [estrategias de sustentabilidad](#) y [dirección](#).

ENFOQUE DE GESTIÓN

Permitimos el desempeño del negocio a largo plazo al gestionar los riesgos; promover una mayor igualdad, en particular al empoderar a las mujeres, habilitar oportunidades; y enriquecer a las comunidades a través de nuestros esfuerzos sociales y medioambientales. A través de las asociaciones e impulsando la innovación para soluciones en nuestra agenda de sustentabilidad, nos enfocamos en escalar el impacto global en nuestro negocio e industria. Nuestro enfoque está en permitir que nuestro

negocio, las comunidades y las personas con las que trabajamos prosperen durante generaciones.

Además de alinear nuestras metas con la agenda de desarrollo global sustentable de las Naciones Unidas, aplicamos el siguiente enfoque en todos nuestros programas sociales y medioambientales.

Integrar la sustentabilidad en nuestro negocio

Integramos la sustentabilidad como parte de nuestra estrategia comercial de extremo a extremo, a través de la creación de nuestros productos y en todas nuestras operaciones. Creamos responsabilidad por nuestra estrategia de sustentabilidad al establecer objetivos en Gap Inc. que se comparten con las unidades de negocio relevantes. Nuestro equipo de Sustentabilidad global está integrado en nuestras marcas y operaciones para dar lugar a resultados de sustentabilidad.

Definir objetivos ambiciosos

Nos enfocamos en los indicadores clave en la compañía para poder medir nuestro avance en la entrega de beneficios reales a las personas y comunidades a las que prestamos servicios.

Progresar hacia nuestros compromisos

Aportamos de una manera significativa a las personas y las comunidades en las que contamos para nuestro negocio, lo que también ayuda a nuestra compañía a tener éxito.

Formar alianzas con la sociedad civil, los gobiernos y otros sectores para aumentar el impacto colectivo.

Al colaborar con organizaciones de nivel local a global, generamos un impacto a mayor escala y creamos un progreso sustentable a largo plazo.

GESTIÓN DE RIESGOS

Gap Inc. ha creado sistemas y procedimientos centrados en identificar y gestionar riesgos, incluidos los relacionados con la sustentabilidad.

Nuestro equipo de Sustentabilidad global trabaja con socios de negocios y expertos para evaluar y gestionar los riesgos del negocio,

incluidos los riesgos a largo plazo que el cambio climático y los impactos medioambientales podrían generar para nuestro negocio. El equipo consulta a expertos, utiliza datos y aprovecha las herramientas para priorizar riesgos y oportunidades, incluida una evaluación de la materialidad de la sustentabilidad, evaluaciones de productos y geografía y un proceso de involucramiento de las partes interesadas.

También creamos estrategias específicas del país que toman en cuenta el contexto local al desarrollar nuestros programas y abordar los principales problemas.

Obtén más información en nuestra página web de [gestión de riesgos](#).



PRÁCTICAS COMERCIALES RESPONSABLES

Gap Inc. se fundó sobre el principio de hacer negocios de manera responsable, honesta y ética.

CÓDIGO DE BUENA CONDUCTA

Nuestro [Código de Buena Conducta](#) (COBC) global sirve como un compás ético y articula nuestro compromiso con estándares elevados.

Alentamos a nuestros empleados a utilizar nuestro proceso de puertas abiertas para conversar sobre las inquietudes con su supervisor, gerente de siguiente nivel o representante de RR.HH. Los empleados también pueden ponerse en contacto con nuestro equipo de Integridad Global que vigila nuestro programa COBC. Además, ofrecemos una [línea directa confidencial del COBC](#):

un sistema de reportes por teléfono o en la web que está disponible las 24 horas del día, los siete días de la semana para empleados y cualquier persona que realice negocios con Gap Inc. o que se vea afectado por nuestro negocio. Tenemos equipos de investigación que inician, registran, procesan y abordan las quejas que se reciben a través de cualquier canal, incluida nuestra línea directa del COBC.

Se requiere que todos los empleados a nivel global realicen un curso general del COBC dentro de los primeros 30 días a partir de la fecha de contratación inicial. Nuestro equipo de Integridad Global lleva a cabo entrevistas anuales con empleados de varias unidades de negocio, oficinas y ciertos proveedores para evaluar de qué manera nuestros empleados comprenden nuestro COBC. Los empleados de nivel senior deben certificar el cumplimiento del COBC cada año y se les informa sobre los temas relevantes de cumplimiento e integridad para concienciarse.

También brindamos capacitación permanente sobre cumplimiento a empleados relevantes en temas que incluyen la no discriminación y el acoso, cumplimiento de salarios y horas, adaptaciones al lugar de trabajo, medidas contra la corrupción, cumplimiento de las leyes de competencia y privacidad y seguridad de los datos. Además, nuestro equipo de Integridad

Global lleva a cabo sesiones periódicas de capacitación en vivo a lo largo del año.

ANTICORRUPCIÓN Y ANTISOBORNO

Somos ambiciosos al abordar los riesgos de corrupción, en particular en los países en desarrollo con un estado de derecho limitado. Tenemos un programa de todo el mundo para controlar, aplicar y abordar cualquier problema relacionado con nuestra Política anticorrupción/ antisobornos, que combina elementos de nuestro COBC con requisitos de medidas contra el soborno conforme a la Ley de Prácticas Corruptas Extranjeras (FCPA) y otras leyes similares en todo el mundo.

Las políticas y los programas de capacitación relacionados ayudan a los empleados a reconocer y evitar prácticas corruptas en todos los aspectos del negocio de Gap Inc.

Obtén más información en nuestra página web de [políticas](#).

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS Y COVC

Nos enorgullece respaldar los principios mencionados en la Declaración Universal de Derechos Humanos (UDDH), el Acuerdo Global de las Naciones Unidas (UNG), las Pautas de la OECD para las empresas multinacionales y las convenciones centrales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Estos principios constituyen los cimientos de nuestra [Política de derechos humanos](#), que define nuestro enfoque y las actividades que realizamos para respetar los derechos humanos y prohíben los abusos a los derechos humanos.

Además de nuestra Política de Derechos Humanos, utilizamos nuestra COVC para definir los requisitos estándar sociales y ambientales que deben cumplir todas las instalaciones para hacer negocios con Gap Inc. Reconocemos que hay distintos entornos legales y culturales en los que las instalaciones trabajan en todo el mundo y nuestra COVC ayuda a definir normas uniformes para todas las instalaciones que producen mercancía para Gap Inc. o cualquiera de sus sucursales, divisiones, afiliados o agentes.

Utilizamos las evaluaciones de las instalaciones para aumentar nuestra conciencia sobre las condiciones laborales y las prácticas ambientales, y para facilitar una mayor colaboración con nuestros proveedores. Esto nos permite impulsar mejoras permanentes en el desempeño de la sustentabilidad y generar cambios positivos.

Más información

> [COVC: Social](#)

> [COVC: Medio ambiente](#)

PRIVACIDAD DE DATOS

Mantener la confianza de la marca es fundamental a medida que continuamos incorporando tecnología. Nuestra meta es brindar una experiencia de la más alta calidad a nuestros clientes, a la vez que respetamos su privacidad.

Adoptamos siete principios que orientan nuestras opciones a medida que adoptamos nuevos productos y servicios: consentimiento, control, equidad, reducción, confidencialidad, acceso y responsabilidad.

Como compañía global, nuestra Política de privacidad se ajusta a las leyes de las distintas jurisdicciones donde hacemos negocios. Aunque estos derechos pueden variar, realizamos los esfuerzos razonables para cumplir con las solicitudes, incluso si un país o jurisdicción no nos requiere hacerlo. Nuestras políticas de privacidad han recibido reconocimientos por su claridad y simplificación, y continuamos poniendo la privacidad al centro de la experiencia de nuestros clientes.

También sabemos que la seguridad está en el centro de cualquier buen programa de privacidad. Utilizamos normas y prácticas de seguridad ampliamente aceptados para orientar nuestras decisiones en torno a la protección de la información personal.

Obtén más información sobre nuestra [Política de privacidad](#) en nuestro sitio web.



PARTICIPACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS

Una parte integral de la manera en que vivimos misión “Inclusiva por decisión propia” es a través de la colaboración, que informa nuestro acercamiento al compromiso de las partes interesadas.

Comprometemos a las partes interesadas y establecemos alianzas con distintos grupos de expertos y organizaciones a nivel global y local para comprender los problemas complejos y las condiciones en las que operamos con mayor claridad. Este diálogo nos ayuda a mejorar nuestros programas, a ajustar estrategias, a revelar problemas no explorados y a ampliar las soluciones del sector.

En [nuestro sitio web](#), puedes obtener más información sobre el involucramiento de las partes interesadas.

COMPROMISO CON LOS DERECHOS HUMANOS EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

Con nuestros proveedores y empleados, comunicamos nuestras políticas y compromisos a nuestras partes interesadas, incluidas nuestras políticas de derechos humanos y nuestros canales de quejas, a través de una variedad de puntos de contacto. Estos incluyen el acceso a una plataforma en línea de Gap Inc. que contiene toda la información relevante sobre nuestras políticas y prácticas de derechos humanos; a través de consultas personales y virtuales; y al entrevistar y obtener la participación de los trabajadores a través de nuestra cartera de programas que buscan respetar los derechos de los trabajadores y empoderar a las mujeres. Nos aseguramos de que estas políticas y canales sean accesibles al ofrecerlas en los idiomas locales y dar soporte personal y virtual en cualquier lugar que sea necesario.

También nos involucramos con los trabajadores de nuestra cadena de suministro de Nivel 1 como práctica rutinaria, a través de nuestras evaluaciones, en las que realizamos entrevistas formales con los trabajadores y a través de las relaciones informales que nuestros equipos han creado con los representantes de los trabajadores. También aprovechamos las tecnologías centradas en los trabajadores en una serie de mercados, lo que nos permite recibir retroalimentación y perspectivas constantes de las personas que trabajan en nuestra cadena de suministro. Estos contactos frecuentes nos permiten conocer más sobre los problemas específicos de derechos humanos o las necesidades de las partes interesadas para atenuar de manera proactiva los riesgos.

Junto con nuestro equipo de sustentabilidad de proveedores, nuestro equipo de asociaciones globales se ocupa de gestionar e implementar nuestra estrategia de participación de las partes interesadas en los derechos humanos y el trabajo. El equipo de Asociaciones Globales está en diálogo constante con organizaciones de expertos a nivel global y nuestro equipo de Sustentabilidad de proveedores se involucra a nivel local, lo que puede ayudar a aumentar los resultados que recopilamos a través de las evaluaciones, capacitaciones y encuestas realizadas en las instalaciones de nuestros proveedores. Estas redes y los problemas que identifican informan sobre la evolución y mejora de nuestros programas.

Una de las áreas en las que la participación de las partes interesadas ha corroborado el avance es en mejorar los estándares laborales en nuestra cadena de suministro. Nos asociamos con regularidad, de manera formal e informal, con un amplio conjunto de partes interesadas para ayudarnos a optimizar nuestro impacto. Estas partes interesadas abarcan desde sindicatos locales de nuestros países proveedores a organizaciones no gubernamentales internacionales e instituciones multilaterales, cada uno con un enfoque y experiencia específicos. Conscientes de que estas interacciones suelen reunir a organizaciones e individuos con puntos de vista diferentes, siempre tratamos de comprender aquellos que son distintos de los nuestros, incluso si son altamente críticos, ya que creemos que estos pueden a veces ayudarnos a desarrollar nuestro enfoque.

EL PODER DE LA UNIÓN

Con más de dos décadas de experiencia en obtener la participación de las partes interesadas, sabemos que no hay una única fórmula para la frecuencia o el modo de involucramiento que buscamos. Equilibramos las reuniones y llamadas programadas con regularidad - para capturar y responder de manera sistemática a los comentarios de las partes interesadas - con diálogo y participación en el momento en que surjan los problemas. Es importante destacar que hemos desarrollado las relaciones y conexiones necesarias para aportar una perspectiva más amplia y multidisciplinaria a estos problemas.

En [nuestro sitio web](#) encontrarás una lista completa de nuestras iniciativas y organizaciones asociadas.



CÓMO LAS ASOCIACIONES IMPULSAN LA INNOVACIÓN Y EL IMPACTO PARA EL AGUA Y LAS MUJERES

El compromiso profundo con las partes interesadas es una parte importante de nuestra estrategia para mantener nuestros compromisos laborales y de derechos humanos y respaldar nuestras metas ambientales. Las asociaciones también abren oportunidades para la innovación del sector y un impacto a mayor escala. Algunas de nuestras asociaciones recientes respaldan el progreso en la gestión del agua (lee sobre nuestro socio de abastecimiento y franquicias, Arvind Limited, en la [pág. 5](#)) y el empoderamiento de la mujer (consulta [Empower@Work](#) en la [pág. 17](#)).



Un aspecto clave del diseño de productos es que tratamos de mejorar el desempeño de la sustentabilidad de nuestro negocio en cada etapa de la vida de un producto, desde los primeros conceptos de diseño, hasta el abastecimiento de materiales, la producción y distribución, la venta, el uso y el fin de la vida.

5. LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

Utilizamos la combinación óptima de opciones para trasladar productos por mar, aire, camión y tren desde los proveedores hasta nuestros centros de distribución, y luego a tiendas o directamente a clientes. También estamos trabajando para conservar la energía y reducir los desperdicios en nuestros centros de distribución, las instalaciones más grandes que poseemos y operamos.

Nuestros programas

- > Cuidado del medio ambiente y la energía
- > Circularidad y desperdicios

1. DISEÑO Y DESARROLLO

La mayoría de los impactos medioambientales de un producto se determinan en la etapa del concepto. Nuestros equipos de producción y abastecimiento están capacitados sobre los principios de sustentabilidad y ejercen una influencia significativa sobre quién fabrica nuestra ropa. Esto nos da la capacidad para mejorar las condiciones de trabajo en las instalaciones y abordar nuestra huella ambiental más amplia.

Nuestros programas

- > Cuidado del agua
- > Gestión de productos químicos
- > Abastecimiento de materiales sustentables
- > Circularidad y desperdicios

3. PRODUCCIÓN TEXTIL (PROVEEDORES DE NIVEL 2)

Utilizan grandes cantidades de energía y agua, y productos químicos para el teñido y acabado de las telas pueden afectar las fuentes de riego locales si no se tratan adecuadamente. A través de nuestro Programa de sustentabilidad de talleres, integramos estándares ambientales claros en nuestras decisiones de abastecimiento. También tenemos como meta el compartir las prácticas recomendadas con nuestros colegas del sector.

Nuestros programas

- > Evaluación y reparación
- > P.A.C.E. de Gap Inc.
- > Cuidado del agua
- > Gestión de productos químicos
- > Cuidado del medio ambiente y la energía

6. TIENDAS MINORISTAS

Nuestras tiendas minoristas expresan nuestro estilo y forma de operar. Es allí donde vendemos nuestros productos y nos comunicamos directamente con nuestros empleados y clientes. Y ofrecen una oportunidad para disminuir nuestro impacto ambiental. También corremos nuestro programa This Way ONward en nuestras tiendas para ayudar a los jóvenes que pasan por obstáculos para conseguir empleo.

Nuestros programas

- > Igualdad y pertenencia
- > This Way ONward
- > Cuidado del medio ambiente y el agua
- > Circularidad y desperdicios
- > Abastecimiento de materiales sustentables

2. MATERIAS PRIMAS Y PROCESAMIENTO (PROVEEDORES DE NIVEL 3)

Trabajamos para disminuir el impacto social y ambiental de las fibras que usamos en nuestros productos. Nos enfocamos especialmente en el algodón y también estamos siguiendo los pasos para obtener fibras más sustentables, sintéticas y fabricadas con fibras celulósicas.

Nuestros programas

- > Cuidado del agua
- > Cuidado del medio ambiente y la energía

4. PRODUCTO Y ACABADO (PROVEEDORES DE NIVEL 1)

Nuestro enfoque integral para mejorar las condiciones de trabajo en nuestra cadena de suministro combina programas de supervisión de instalaciones y creación de capacidades para ayudar a nuestros proveedores a mejorar. También nos involucramos de cerca con nuestros proveedores para medir y abordar su impacto ambiental.

Nuestros programas

- > Evaluación y reparación
- > Desarrollo de capacidades
- > P.A.C.E. de Gap Inc.
- > Cuidado del agua
- > Gestión de productos químicos
- > Cuidado del medio ambiente y la energía
- > Abastecimiento de materiales sustentables

7. USO Y CIRCULARIDAD DEL CONSUMIDOR

Cómo nuestros clientes usan, cuidan y desechan la ropa cuenta como una parte de la huella ambiental total de nuestros productos. Utilizamos el etiquetado de productos, catálogos, redes sociales y entradas en los blogs para compartir nuestros esfuerzos por mejorar la sustentabilidad. También participamos y contribuimos a soluciones de todo el sector para disminuir los impactos del fin de la vida.

Nuestros programas

- > Circularidad y desperdicios

APÉNDICE DE ESG Y AFIRMACIONES PROSPECTIVAS

MATERIALIDAD

En un mundo en constante cambio, queremos abordar los problemas de sustentabilidad donde Gap Inc. puede tener el mayor impacto e influencia.

Integramos la sustentabilidad en lo profundo de nuestro negocio al comprender los problemas medioambientales, sociales y de gobierno (ESG) que más afectan a nuestras partes interesadas y al negocio. Estos son nuestros problemas materiales y orientan nuestra estrategia y programas de sustentabilidad.

Realizamos nuestro análisis de materialidad más reciente en el año 2021 con una consultora externa experta en sustentabilidad.

Con fines de claridad, la identificación de nuestros problemas materiales que orientan nuestra estrategia y nuestros programas de sustentabilidad no debería entenderse como una caracterización con respecto a la materialidad o el impacto financiero de dichos problemas o información relacionada con los inversionistas de Gap Inc. Para analizar los riesgos que son materiales para los inversionistas de Gap Inc., consulte nuestro Informe anual sobre el formulario 10-K correspondiente al año que finalizó el 30 de enero de 2021, el cual se presentó en la Comisión de Bolsa y Valores, nuestros subalternos informes trimestrales sobre el formulario 10-Q y nuestros informes actuales sobre el formulario 8-K.

Más información

> [Matriz de materialidad 2021](#)

> [Notificación a la Comisión de valores y bolsas](#)

MARCOS DE ESG

Consejo de Normas de Contabilidad para la Sustentabilidad (SASB)

El Consejo de Normas de Contabilidad para la Sustentabilidad (SASB) es una organización independiente del sector privado, que define los estándares y se dedica a mejorar la eficiencia de los mercados de capitales al impulsar la divulgación de información de calidad de sustentabilidad material que se ajuste a las necesidades de los inversionistas. Nuestro índice SASB hace referencia a la norma de la industria de la ropa, los accesorios y el calzado, según lo definido por el Sistema de calificación de la industria sustentable de SASB, con la ubicación de dicha información en el Informe de sustentabilidad global de Gap Inc. y [en nuestro sitio web](#).

Más información

> [índice SASB](#)

Iniciativa de informes globales (GRI)

Preparamos este informe de acuerdo con las normas de la Iniciativa de informes globales (GRI): opción central.

Más información

> [Índice GRI](#)

NOTA DE ADVERTENCIA SOBRE LAS AFIRMACIONES CON MIRAS AL FUTURO:

Este informe y los comentarios relacionados por parte de la gerencia pueden incluir "declaraciones prospectivas" en el marco de las leyes federales en materia de bolsa y valores de EE. UU. Las afirmaciones prospectivas consisten en cualquier afirmación que no esté basada en hechos históricos. Las afirmaciones prospectivas representan nuestra opinión actual sobre posibles eventos futuros y a veces se identifican con palabras como "esperar", "parece que", "aproximadamente", "pensar", "continuar", "podría", "diseñado", "efecto", "calcular", "evaluar", "proyectar", "predecir", "pronosticar", "meta", "iniciativa", "planificar", "poder", "objetivo", "perspectiva", "preparar", "potencial", "prioridades", "proyecto", "buscar", "aspirar", "deber", "cuando", "voluntad", "haría"

u otras expresiones similares y sus formas negativas. Al hacer estas afirmaciones, nos basamos en las suposiciones y el análisis basados en nuestra experiencia y la percepción de las tendencias históricas, las condiciones actuales y los desarrollos futuros esperados, así como en otros factores que consideramos adecuados en las circunstancias. Creemos que estas afirmaciones son razonables, pero no son garantías de ningún evento futuro o resultados financieros y nuestros resultados reales pueden diferir materialmente debido a una variedad de factores, muchas de las cuales se describen en nuestro Informe anual más reciente sobre el formulario 10-K y nuestras otras solicitudes con la Comisión de Bolsa y Valores de EE. UU. Recomendamos a los lectores que no confíen demasiado en las afirmaciones prospectivas. Las afirmaciones prospectivas solo hablarán hasta la fecha en que se realicen y no asumimos la obligación de actualizar públicamente o de otra manera cualquier declaración prospectiva ya sea como resultado de nueva información, eventos futuros u otros factores que afecten el tema de estas afirmaciones, excepto en caso de que la ley nos solicite expresamente que lo haga.



OBTÉN MÁS INFORMACIÓN SOBRE NUESTRAS PRÁCTICAS DE DIRECCIÓN:

TEMA	ENLACE
Derechos de la junta directiva y los accionistas	Dirección de Gap Inc.
Divulgaciones de ESG	ESG Hub Estrategia de sustentabilidad
Gestión de riesgos y cumplimiento empresarial	Gestión de riesgos Notificación a la Comisión de valores y bolsas Políticas de cumplimiento corporativo ESG Hub
Privacidad y seguridad de la información	Política de privacidad de Gap Inc.

Gap Inc.

**INCLUSIVO,
POR DECISIÓN PROPIA**

**INFORME DE SUSTENTABILIDAD
GLOBAL 2020**