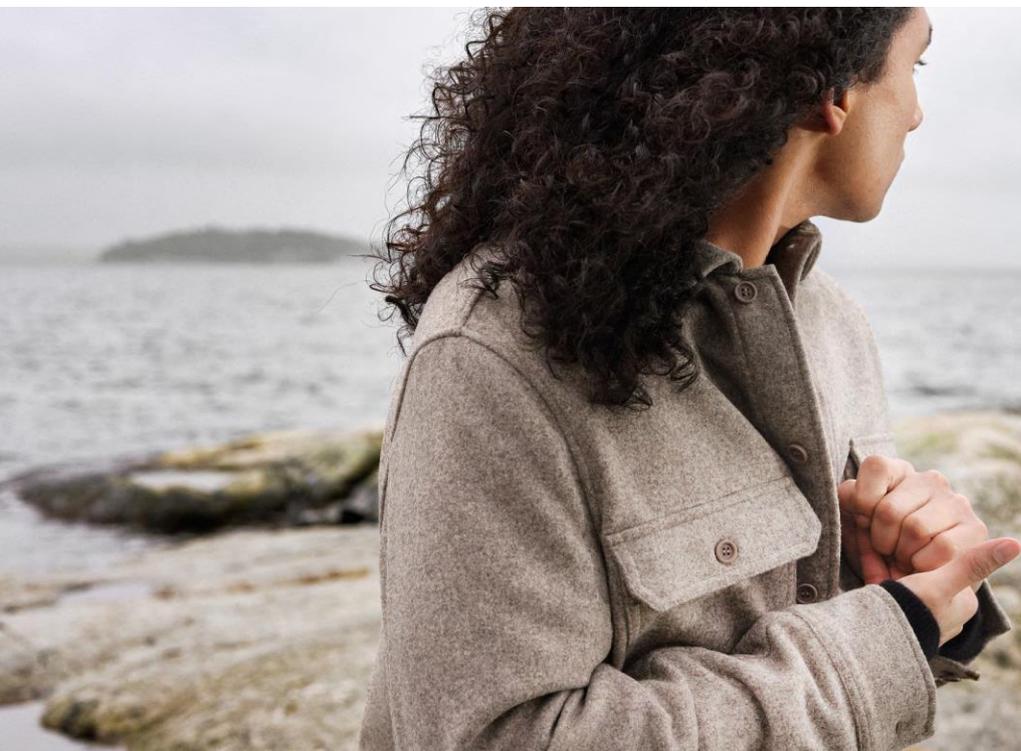




H&M España

Estado de Información No Financiera 2022



Contenido

	PREÁMBULO.....	6
FB	1. VISIÓN GENERAL DEL GRUPO H&M.....	7
	1.1. Modelo de negocio – presentación del grupo.....	7
	1.2. Estructura de la sociedad.....	10
	1.3. Marco considerado.....	11
	1.4. Materialidad.....	12
HA	2. GOBIERNO CORPORATIVO.....	14
	2.1. Gobierno corporativo (miembros y estructura).....	14
	2.2. Código Ético.....	15
	2.3. Políticas de H&M España.....	17
NV	3. ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD.....	18
	3.1. Servicios de H&M España.....	18
	3.2. Gestión de proveedores y terceros.....	18
	3.3. Gestión de reclamaciones y valoración del servicio.....	21
	3.4. Asociaciones.....	24
	3.5. Información fiscal.....	24
	4. GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.....	25
	4.1. Políticas del grupo y compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible.....	25
	4.2. Riesgos en materia de medio ambiente.....	26
	4.3. Economía circular y prevención y gestión de residuos.....	27
	4.4. Uso sostenible de recursos.....	31
	4.5. Cambio climático y control de emisiones.....	36
	4.6. Protección de la biodiversidad.....	37
	5. GESTIÓN DE PERSONAS.....	38
	5.1. Políticas de personas.....	38
	5.2. Riesgos en la gestión de personas.....	39
	5.3. Generación de empleo.....	40
	5.4. Organización del trabajo.....	49
	5.5. Salud y seguridad.....	53
	5.6. Relaciones sociales.....	61

	5.7. Formación.....	63
	5.8. Igualdad.....	64
	5.9. Accesibilidad de personas con discapacidad.....	66
FB	6. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS	67
	6.1. Políticas en materia de respeto de los derechos humanos.....	67
	6.2. Riesgos en materia de respeto de los derechos humanos.....	70
	6.3. Origen de los proveedores.....	71
HA	7. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO	72
	7.1. Políticas en materia de lucha contra la corrupción y el soborno	72
	7.2. Riesgos en materia de lucha contra la corrupción y el soborno.....	76
	7.3. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	76
NV	8. ÍNDICE DE LOS INDICADORES ESTABLECIDOS POR LA LEY 11/2018	77

ÍNDICE DE TABLAS

	Tabla 1. Distribución de H&M España.....	11
FB	Tabla 2. Directivos del Grupo H&M.....	14
	Tabla 3. Asociaciones a las que pertenece H&M España (2022).....	24
	Tabla 4. Información fiscal. Euros.....	24
HA	Tabla 5. Subvenciones recibidas. Euros (2022).....	24
	Tabla 6. Generación de residuos no peligrosos por tipo en H&M España.....	31
	Tabla 7. Generación de residuos peligrosos por tipo en H&M España.....	31
NV	Tabla 8. Consumo de agua.....	32
	Tabla 9. Consumo energético en función de la fuente de energía.....	33
	Tabla 10. Materiales utilizados por peso.....	35
	Tabla 11. Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.....	36
	Tabla 12. Distribución de empleados por sexo y edad.....	41
	Tabla 13. Distribución de empleados por categoría profesional.....	41
	Tabla 14. Distribución de empleados por tipo de contrato.....	42
	Tabla 15. Distribución de empleados por tipo de jornada.....	42
	Tabla 16. Promedio anual de contratos indefinidos segregado por sexo, edad y categoría profesional.....	42
	Tabla 17. Promedio anual de contratos temporales segregado por sexo, edad y categoría profesional.....	43
	Tabla 18. Promedio anual de contratos a tiempo parcial segregado por sexo, edad y categoría profesional.....	43

	Tabla 19. Número de despidos segregado por sexo, edad y categoría profesional.....	44
	Tabla 20. Remuneración promedio segregada por sexo (euros).....	45
FB	Tabla 21. Remuneración promedio segregada por edad y sexo (euros).....	45
	Tabla 22. Remuneración promedio segregada por categoría y sexo (euros)	46
	Tabla 23. Remuneración media, incluyendo todos los conceptos, de los directivos segregada por sexo (euros).....	46
HA	Tabla 24. Brecha salarial total y segregada por categoría profesional.....	47
	Tabla 25. Número de empleados con discapacidad.....	48
	Tabla 26. Número de horas de ausencia.....	52
NV	Tabla 27. Accidentes de trabajo por sexo.....	59
	Tabla 28. Accidentes de trabajo in itinere por sexo.....	59
	Tabla 29. Tasa de frecuencia (TFA) de accidentes por sexo	59
	Tabla 30. Tasa de gravedad por sexo.....	60
	Tabla 31. Cantidad de horas de formación realizadas por H&M España.....	63
	Tabla 32. Origen de los proveedores.....	71
	Tabla 33. Información general de la sociedad.....	77
	Tabla 34. Información sobre cuestiones ambientales	78
	Tabla 35. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal.....	81
	Tabla 36. Información relativa al respeto de los derechos humanos.....	84
	Tabla 37. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno.....	85
	Tabla 38. Información sobre la sociedad.....	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Objetivos del Grupo Layna 30

Figura 2 Estado del proyecto de iluminación de tiendas de H&M mediante LEDs en 2022. 34

Figura 3 Porcentaje de empleados segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha) en 2022.
..... 41

Figura 4 Porcentaje de empleados segregado por categoría profesional en 2022..... 41

Figura 5 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función del sexo en
2022 43

Figura 6 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función de la edad
en 2022..... 44

Figura 7 Porcentaje de empleados despedidos segregado por sexo (izquierda) y por edad
(derecha) en 2022..... 44

Figura 8 Porcentaje de empleados despedidos segregado por categoría profesional 2022..... 45

Figura 9 Porcentaje de las horas de absentismo según tipología en 2022 52

Figura 10 Mapa donde se representa la facturación respecto a los proveedores y acreedores de
H&M España en función del origen (arriba) y porcentaje de los mismos respecto al total
mundial (abajo izquierda) y total no europeos (abajo derecha) en el ejercicio fiscal 2022... 71

PREÁMBULO

FB El presente estado de información no financiera forma parte del Informe de Gestión del ejercicio 2022 de Hennes & Mauritz SL (en adelante, H&M España), y se ha elaborado para dar cumplimiento a los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

HA El estado de información no financiera incorpora la información del año fiscal 2022 de la compañía, que comprende del 1 de diciembre de 2021 al 30 de noviembre de 2022.

NV En su elaboración se han considerado las Directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE y lo establecido en los Estándares de Global Reporting Initiative (Estándares GRI).

En este contexto, a través del estado de información no financiera, H&M España tiene el objetivo de informar sobre cuestiones medioambientales, sociales y relativas al personal, en relación con los derechos humanos, a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como en relación con la sociedad que son relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio.

En la elaboración de este informe y selección de sus contenidos se ha tenido en cuenta los resultados del último análisis de materialidad llevado a cabo por H&M España (ver apartado “Materialidad”). De esta manera, en el presente estado de información no financiera se indica, para cada cuestión propuesta por la Ley 11/2018, el grado de relevancia para la compañía, las políticas asociadas, los riesgos relacionados y los indicadores de referencia utilizados para su seguimiento y evaluación.

Finalmente, tal como indica la Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad, el presente estado de información no financiera está sometido a verificación por parte de un prestador independiente de servicios de verificación.

1. VISION GENERAL DEL GRUPO

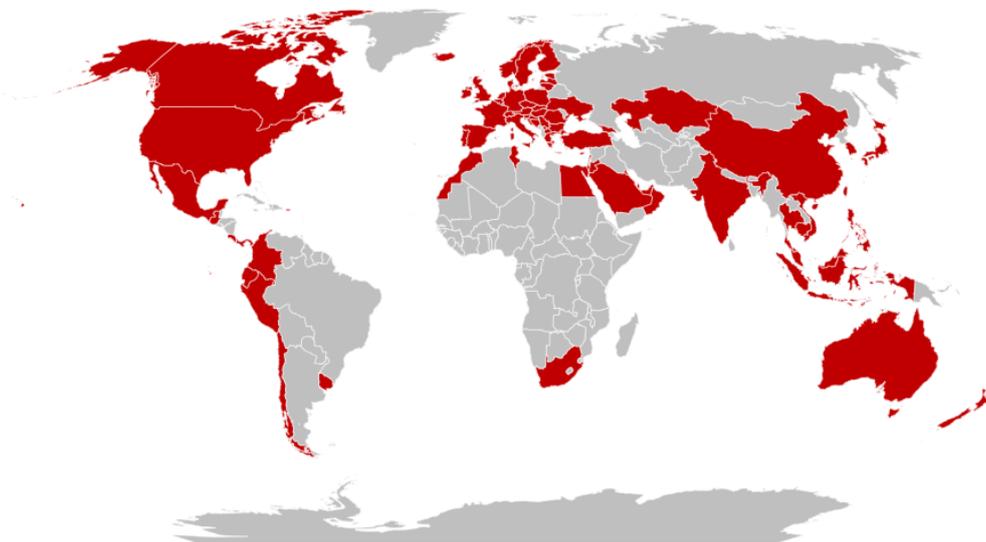
H&M

1.1. Modelo de negocio – presentación del grupo

H&M Hennes & Mauritz AB es una sociedad anónima sueca de tiendas de ropa, complementos, artículos del hogar y cosmética; fundada por Erling Persson en 1947 con la apertura de la primera tienda de moda femenina Hennes; en la ciudad sueca de Västerås. En 1968, Hennes adquirió el minorista de ropa de caza y equipo de pesca Mauritz Widforss, con sede en Estocolmo, y el nombre cambió a Hennes & Mauritz. A partir de aquí, comenzó la oferta de ropa para hombres y también para niños, lo que llevó a H&M a ofrecer ropa para toda la familia.

El Grupo H&M incluye ocho marcas, cada una con sus especificidades: H&M, COS, Weekday, Monki, H&M Home, & Other Stories, ARKET y Afound. Todas ellas ofrecen a los clientes un conjunto de estilo y tendencias en moda, belleza, accesorios, ropa del hogar y, en ciertas tiendas, comida saludable. En España, se pueden encontrar tiendas de las marcas H&M, H&M Home, COS, & Other Stories y Weekday.

Grupo H&M en el mundo



En este sentido, la franquicia no forma parte de la estrategia general de expansión del Grupo H&M. Las tiendas son administradas directamente por la compañía, con la excepción de algunos mercados donde, por razones regulatorias, se colabora con socios de franquicias (como es el caso de Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Qatar, Arabia Saudita, Egipto, Bahrein, Omán, Líbano, Israel, Marruecos, Jordania, Tailandia e Indonesia).

Cronología del Grupo H&M

1947 – 1959
La década de los 50 cierra con la apertura de 3 tiendas en Estocolmo, la última situada en el primero de los cinco rascacielos del área de Hötorget

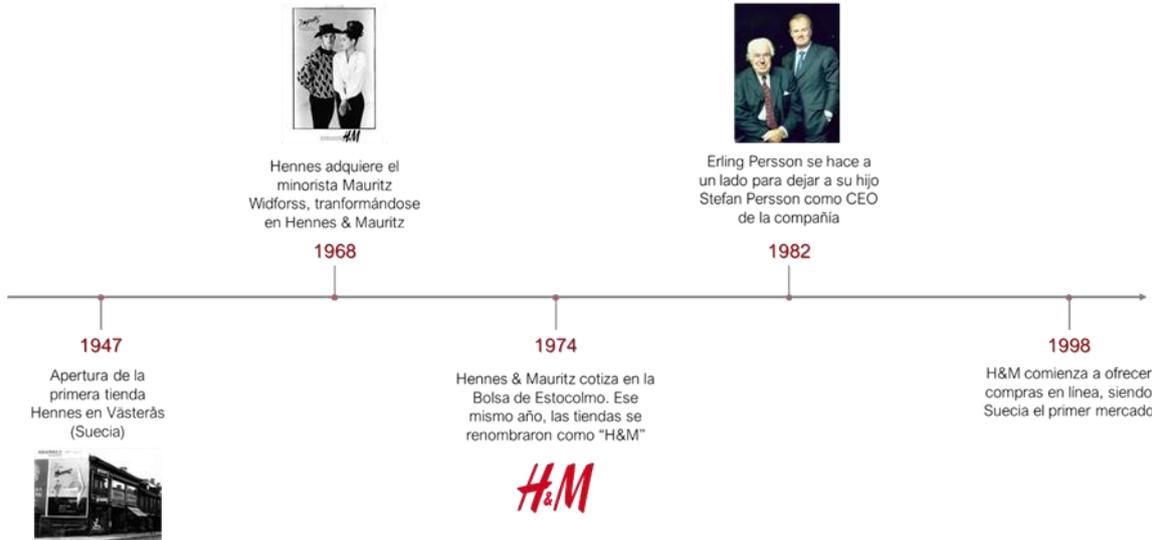
1960-1979
En 1969, Hennes & Mauritz tiene 42 tiendas en países como Noruega, Dinamarca, Reino Unido y Suiza

1980-1999
Nuevas aperturas en la década de los 80, incluyendo las primeras tiendas H&M de Alemania y Países Bajos. Cindy Crawford, Naomi Campbell o Claudia Schiffer participan en las campañas durante los 90.

FB

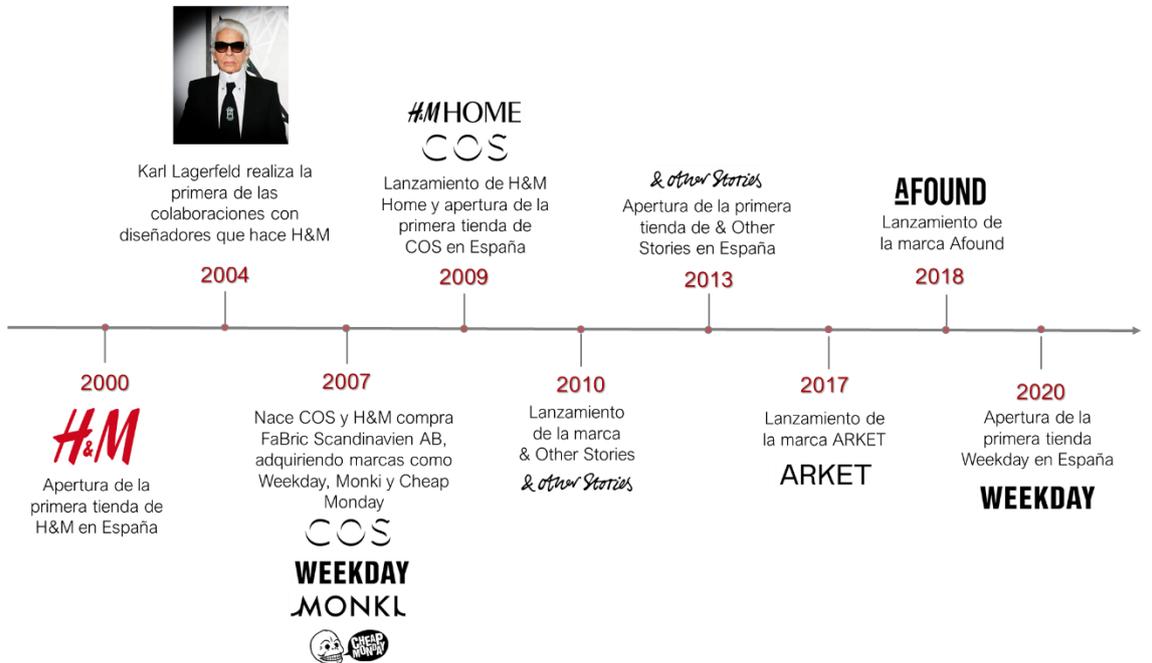
HA

NV



2000-2009
Se inicia la expansión fuera de Europa con la apertura de la primera tienda en EEUU (Fifth Ave). En 2007 abren tiendas en Shangai y Hong Kong.

2010-2022
La rápida expansión continua: hay tiendas de H&M en Europa, Norteamérica, Asia, Oriente Medio, África, Sudamérica y Australia.



Los valores desde los cuales se articula la actividad del Grupo H&M, y que son extrapolables a los distintos países donde opera, incluida España, se concretan a continuación.

FB

HA

NV

Somos un equipo



- Nuestro compañerismo marca la diferencia. Es cuando se comparte las habilidades, conocimiento y experiencia cuando nos convertimos en un equipo. La diversidad nos hace fuertes.
- Nos alentamos y ayudamos mutuamente para lograr nuestros objetivos, teniendo siempre en mente el mejor interés para nuestros clientes y para la compañía.
- Ganamos como equipo, perdemos como equipo. Nos divertimos en equipo.

Creemos en las personas



- Con fe y confianza en las personas que te rodean, todo es posible. Es por eso que construimos nuestro lugar de trabajo basado en la confianza, el respeto, la inclusión y la integridad.
- Te retamos con una gran responsabilidad desde el principio, porque cuando desarrollas, la empresa también desarrolla. Cada uno de nosotros puede hacer la diferencia.
- Así que diviértete, sé tu mismo y respeta a los demás. Juntos podemos hacer grandes cosas.

Espíritu emprendedor



- El día que dejamos de actuar como emprendedores, seremos solo otra compañía de moda. Nuestro éxito se basa en la creatividad, la innovación y la emoción de tener un impacto inmediato. Independientemente de cual sea nuestro rol, buscamos oportunidades y impulsamos iniciativas que ponen en marcha nuestro negocio.
- Aunque somos grandes, abrir nuevos caminos es tan importante hoy como lo era cuando se fundó la compañía. Todavía estamos compitiendo por la confianza de cada cliente, y trabajamos duro para continuar siendo su primera opción. Todos los días. En todos lados.

Mejora constante



- Estamos extremadamente orgullosos de lo que hemos logrado pero aun estamos lejos de ser perfectos. Nunca nos detenemos, nunca nos conformamos, redefinimos nuestros límites y ampliamos nuestras expectativas a medida que hacemos negocios e interactuamos con el mundo que nos rodea.
- Son las pequeñas mejoras diarias las que marcan la diferencia. Las grandes ideas pueden venir de cualquier parte y actuamos sobre las mejores. Si hay un camino mejor a seguir lo descubriremos.

Consciente de los costes



- Ser consciente de los costes se trata de vigilar los gastos y tomar decisiones inteligentes y sostenibles incluso en las cosas pequeñas y cotidianas. Por lo tanto buscamos las ideas y soluciones que aportan valor a nuestro negocio evitando al mismo tiempo el gasto indiscriminado.
- La mejor manera de invertir en el futuro es cuidar a nuestra gente, nuestros productos, nuestros clientes y nuestro planeta. Usamos nuestros recursos de manera responsable.

Directo y de mente abierta



- Valoramos la diversidad en las personas y las ideas, tanto como en el estilo personal. Tener una mente abierta sobre las personas y el mundo que te rodea atrae energía positiva y crea un lugar de trabajo inclusivo y acogedor.
- Las conversaciones conducen a grandes cosas. Es por eso que alentamos a todos a dar y aceptar comentarios, y siempre hablar entre ellos de manera directa y no a las espaldas. Cada conversación es bidireccional. Sea abierto y honesto, pero humilde y respetuoso.
- Atrévete a defender tus ideas e inspira a otros a hacer lo mismo.

Hazlo sencillo



- La solución más inteligente para cualquier desafío es a menudo simple. Así que usa tu sentido común. Confía en el buen juicio de tus compañeros. No analices en exceso ni compliques las cosas con la burocracia y la jerarquía. Disminuirá nuestra eficacia.
- Prueba y deja que los valores sean tu guía. Es tan simple como eso.

1.2. Estructura de la sociedad

El Grupo H&M, con domicilio social en Estocolmo (Suecia), se constituyó en 1947. En España, HENNES & MAURITZ SL, con domicilio social en Barcelona, se constituyó en 1999 bajo el nombre de H&M MODA SL. Posteriormente, en 2013 fue constituida la sociedad HENNES & MAURITZ CUSTOMER SERVICES, SLU,¹ dedicada al servicio de atención al cliente relacionado con la compra de productos de moda, accesorios y cosméticos vía telefónica, telemática o por cualquier otro medio; así como al servicio de distribución de dichos productos de venta online. Asimismo, desde finales de verano de 2021, la sede del equipo de la Región Sur de Europa (donde se incluyen los mercados de España y Portugal) se ubica en Barcelona.

H&M España opera bajo cinco marcas definidas: H&M, H&M Home, COS, & Other Stories y Weekday.



- **H&M** es una marca de moda que ofrece los últimos estilos e inspiración para toda la familia. Los clientes pueden encontrar piezas de moda, incluyendo colaboraciones de diseñadores, a un precio asequible; así como accesorios y ropa deportiva.
- **H&M Home** es una marca de interiores que ofrece decoración y accesorios para cada habitación y estilo. Desde ropa de cama de alta calidad hasta vajillas, muebles, lámparas y otros textiles con estilo contemporáneo.
- **COS** ofrece prendas de vestuario esenciales para mujeres, hombres y niños caracterizadas por combinar una calidad duradera y un diseño atemporal. Comprometido con el arte y el diseño, colabora con artistas emergentes, estudios y galerías de todo el mundo creando diseños únicos.
- **& Other Stories** ofrece una amplia gama de zapatos, bolsos, accesorios y productos de belleza destinado a mujeres. Disponen de talleres de diseño en París, Estocolmo y Los Ángeles.
- **Weekday** es una marca de moda influenciada por la cultura juvenil y el estilo urbano, ofreciendo una experiencia de venta única y una combinación destacada de

¹ Desde el 1 de febrero de 2022, HENNES & MAURITZ CUSTOMER SERVICES, SLU. ha pasado a denominarse HENNES & MAURITZ SERVICES, SLU.

prendas para mujeres y hombres, así como una pequeña selección de marcas seleccionadas.

Por otro lado, la distribución de H&M España en el mercado español consta de **142 tiendas repartidas por todo el territorio nacional de H&M y H&M Home**. También tiene un centro logístico ubicado en Torrejón de Ardoz (Madrid) y un almacén en Illescas (Toledo)² dedicado al servicio de logística de la venta online. Asimismo, también cuenta con 6 tiendas de la marca **COS**, 2 tiendas de **& Other Stories** y una tienda de la marca **Weekday**.

Tabla 1. Distribución de H&M España

MARCA	UBICACIÓN	DIRECCIÓN
COS	Barcelona	Paseo de Gracia 27 - 08007
	Bilbao	Gran Vía 45 - 48011
	Madrid	Calle de Claudio Coello 53-33 - 28001
		Calle Fuencarral 16 - 28004
	Marbella	Carretera de Ojén. Parque Comercial la Cañada - 29600
Valencia	Calle Jorge Juan 5 - 46004	
& Other Stories	Barcelona	Paseo de Gracia 8-10 - 08007
	Madrid	Calle Hermosilla 15 - 28001
Weekday	Barcelona	Paseo de Gracia 33 - 08007
H&M H&M Home	133 tiendas en todo el territorio nacional excepto en Ceuta y las provincias de Ávila, Huesca, Segovia, Teruel y Zamora.	

1.3. Marco considerado

El presente informe ha sido elaborado de acuerdo con los requerimientos de la Ley 11/2018. Asimismo, para la elaboración de los indicadores clave para dar respuesta a los requerimientos de la Ley 11/2018, se ha seguido, como estándar internacional de referencia, el de la organización Global Reporting Initiative (Estándares GRI).

² El almacén de Illescas pertenece a HENNES & MAURITZ SERVICES, SLU. y desde él se gestionan las ventas online del sur de Europa, por lo que se no incluyen datos cuantitativos en el Estado de Información no Financiera.

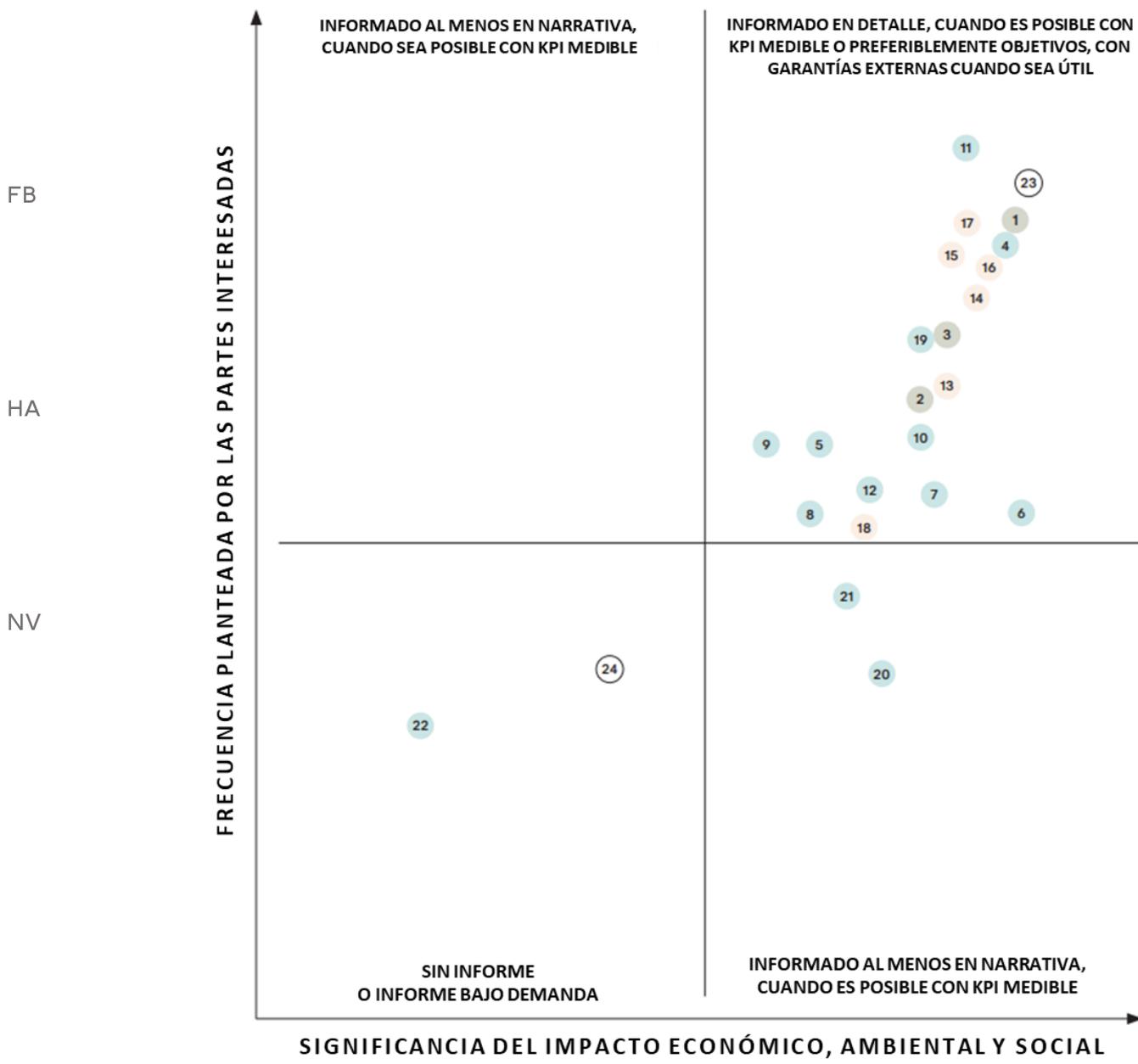
1.4. Materialidad

La materialidad se considera el análisis de los temas más relevantes y prioritarios para la organización y para los grupos de interés, permitiendo focalizar los esfuerzos en la gestión de aquellos aspectos económicos, ambientales, sociales y de buen gobierno que maximicen la contribución de la organización al desarrollo sostenible. Este análisis permite considerar los ámbitos de actividad de H&M España que quedan dentro del perímetro del presente informe.

En base a la evaluación de las expectativas de los grupos de interés y las del propio Grupo H&M (y, por ende, H&M España), se elabora la matriz de materialidad aplicable en el presente informe, en la que se muestran los aspectos considerados como materiales a partir del análisis, ordenados en base a la importancia en el seno de la compañía y la importancia que le otorga el entorno (grupos de interés). La última revisión de la matriz de materialidad se llevó a cabo en 2021.

En este sentido, los distintos aspectos materiales extraídos del análisis de materialidad han sido incluidos en el informe, cada uno de ellos en el capítulo correspondiente.

ÁREAS DE AMBICIÓN	NUESTRAS ÁREAS DE ENFOQUE	NUESTROS TEMAS IDENTIFICADOS	FRONTERAS
 LIDERANDO EL CAMBIO	INNOVACIÓN	1. Innovación escalar	Diseño, materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos.
	TRANSPARENCIA	2. Impulsar la transparencia	Producción de telas e hilos, fabricación de productos.
	COMPROMISO CON AGENTES DEL CAMBIO	3. Asociarse para avanzar en la industria	Diseño, materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos, transporte, ventas, uso.
 CIRCULAR Y RENOVABLE	ECOSISTEMAS CIRCULARES	4. Materiales reciclables y otras fuentes sostenibles	Diseño, materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos, ventas, uso.
		5. Bienestar animal	Diseño, materias primas.
		6. Ecosistemas circulares para nuestros productos, cadenas de suministro y experiencia del cliente	Diseño, materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos, transporte, ventas, uso.
		7. Agua	Diseño, materias primas producción de telas e hilos.
		8. Residuos	Diseño, materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos, transporte, ventas, uso.
		9. Embalaje	Fabricación de productos, transporte, ventas, uso.
		10. Gestión de productos químicos	Materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos, ventas.
	IMPACTO CLIMÁTICO POSITIVO	11. Enfoque climático positivo para nuestra cadena de valor (operando dentro de los límites planetarios)	Materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos, transporte, ventas, uso.
	BIODIVERSIDAD	12. Biodiversidad	Materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos.
	 JUSTO Y EQUITATIVO	TRABAJOS JUSTOS PARA TODOS	13. Empleo justo
14. Relaciones industriales			Fabricación de productos, ventas.
15. Salarios justos			Fabricación de productos, ventas.
16. Derechos humanos, diligencia debida			Diseño, materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos.
INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD		17. Inclusión y diversidad	Diseño, fabricación de productos, transporte, ventas, uso.
		18. Desarrollo comunitario	Fabricación de productos, ventas.
NORMAS Y POLÍTICAS		19. Evaluaciones de la cadena de suministro	Producción de telas e hilos, fabricación de productos.
		20. Anticorrupción	Materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos, transporte, ventas.
		21. Marketing responsable	Ventas, uso.
		22. Comportamiento anticompetitivo	Producción de telas e hilos, fabricación de productos, transporte, ventas.
OTROS TEMAS IDENTIFICADOS		23. Resultados económicos	Ventas.
		24. Presencia en el mercado	Materias primas, producción de telas e hilos, fabricación de productos, ventas.



2. GOBIERNO CORPORATIVO

2.1. Gobierno corporativo (miembros y estructura)

El gobierno corporativo del Grupo H&M se estructura de la siguiente manera:

Tabla 2. Directivos del Grupo H&M

NOMBRE	CARGO
Helena Helmersson	Directora ejecutiva
Adam Karlsson	Director financiero
Hanna Andersson	Directora de contabilidad
Daniel Claesson	Director de producto
Alan Boehme	Director de tecnología
Andreas Eriksson	Director de comunicaciones
Andrea Werner	Director de controlling
Lucas Seifert	Director de recursos humanos
Leyla Ertur	Directora de sostenibilidad
Fredrik Björkstедt	Director del departamento legal
Cenneth Cederholm	Director de seguridad
Sam Miller	Director de expansión
Joel Ankarberg	Director de estrategia y transformación
David Sävman	Director de cadena de suministro

Respecto a H&M España, el organigrama del gobierno corporativo es el siguiente:



2.2. Código Ético

Para el Grupo H&M es muy importante que todas las operaciones se realicen con honestidad, transparencia, integridad y conforme a las reglas. Para asegurar estas buenas prácticas en las operaciones llevadas a cabo en el Grupo, en 2003 se implantó el **Código Ético** de H&M (siendo revisado por última vez en noviembre de 2021), que contiene directrices de comportamiento en situaciones en las que se representa a la empresa en un contexto laboral. Éste es obligatorio para el personal del Grupo H&M, los asesores internos, el personal procedente de agencias de trabajo temporal, de otras Agencias y puestos similares. También es obligatorio para sus proveedores y socios comerciales. Por ello, el Grupo H&M ha elaborado (i) un Código Ético que es aplicable para empleados y (ii) un Código Ético aplicable para proveedores y socios comerciales. En el presente capítulo se detallan los principios que deben aceptar los empleados del Grupo.

En el **Código Ético**, se destacan los siguientes puntos:

- **Tolerancia cero hacia el soborno y la corrupción:** de conformidad con el Código Ético, los sobornos incluyen la donación, la promesa, el ofrecimiento, la aceptación, la solicitud o la recepción de ventajas económicas o de otro tipo con la finalidad de que se realice una actividad específica. La empresa no tolera ningún tipo de soborno, ni aceptarlo ni practicarlo. Tampoco se permiten pagos de facilitación cuando se represente o actúe en nombre de la empresa.
- **Tratos de favor:** no se permite solicitar, recibir, aceptar y negociar, ofrecer o dar cualquier tipo de trato de favor a/por parte de proveedores o socios comerciales, contratistas o cualquier otra persona/organizaciones relacionadas con la actividad empresarial de H&M. No se tiene en cuenta si el trato de favor se facilita directamente o a través de un tercero. Tampoco se permite que ningún empleado ni su familia directa ofrezcan, garanticen o acepten préstamos de personas u organizaciones con las que se contacta a través de H&M. Asimismo, los empleados no aceptarán invitaciones a **cenas de negocios u otros eventos corporativos**, sin permiso expreso de su *manager* antes de aceptar una invitación.

En el **Código Ético**, se destacan los siguientes puntos (continuación):

- **Activos y propiedad de la empresa:** H&M posee todos los derechos de copyright de todo el material creado por su personal para la empresa.
- **Información confidencial:** no se revelará nunca información confidencial, ni a personas que trabajan para la empresa ni a personas ajenas a la empresa, salvo a aquellas personas a las que sea necesario revelar dicha información en virtud del contrato suscrito con H&M, otro acuerdo o con relación directa con su cargo.

El **Código Ético** se entrega a todos sus empleados para que sea leído, entendido y firmado cuando pasan a formar parte de la compañía. Además, para asegurar que sus empleados tienen conocimientos sobre cómo actuar en diferentes situaciones para representar al Grupo H&M, deben asistir a una **formación obligatoria** sobre el Código Ético. Es responsabilidad del empleado comprender su contenido, y respetar las directrices y procedimientos que figuran en el mismo en el trabajo diario. En caso de infracciones, y dado que la mayoría de las secciones del Código Ético de H&M se alinean con la legislación de los países en los que opera la empresa, todo incumplimiento deliberado de estas directrices puede ser constitutivo de delito. En este sentido, el Grupo H&M cuenta con un **canal de denuncias**, gestionado desde la matriz del Grupo en Suecia, para recibir denuncias en materia de ética e integridad, el cual cuenta con medidas para garantizar la confidencialidad de cualquier denuncia realizada.

Además, H&M España dispone del **Manual del Empleado**, actualizado en junio de 2022, en el que se estipulan las directrices y políticas que deben seguir todos los empleados de H&M, incluido el Código Ético, entregado cuando se incorporan los empleados a la empresa.

2.3. Políticas de H&M España

Las políticas desarrolladas por H&M España, que se consideran de relevancia para los diversos aspectos de información no financiera, se detallan en la siguiente tabla.

FB

HA

NV

Políticas de H&M España	Gestión del Medio Ambiente	Gestión de personas	Respeto a los D.D.H.H	Lucha contra la corrupción y el soborno
Código ético para empleados				✓
Código ético para proveedores				✓
Manuales del Empleado		✓		
Compromiso de Sostenibilidad	✓		✓	✓
Política global de igualdad y no discriminación		✓	✓	
Política global contra el acoso y la discriminación		✓		
Política de Derechos Humanos		✓	✓	
Política global de Seguridad y Salud		✓		
Política global de resolución de conflictos		✓		
Política global sobre compensación y beneficios		✓		
Política global de Relaciones Laborales		✓		
Política para empleadas sobre redes sociales		✓		
Protocolo de acoso moral		✓		
Protocolo de acoso sexual		✓		
Políticas sobre VIH y SIDA		✓		
Políticas sobre alcohol y drogas		✓		
Políticas sobre trabajo infantil			✓	
Política de denuncias de irregularidades				✓
Plan de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres		✓		
Plan de actuación y contingencia frente al COVID-19		✓		
Guía de actuación en caso de violencia sobre la mujer no intraempresarial		✓		
Guía para la prevención de blanqueo de capitales				✓
Política de trabajo flexible		✓		

3. ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD

3.1. Servicios de H&M España

El Grupo H&M en España, se dedica al comercio de textiles y ropa lista para usar, zapatos, accesorios y cosméticos, entre otros y opera a través de las siguientes marcas: H&M, H&M Home, & Other Stories, COS y Weekday³



Los productos comercializados por H&M España se pueden adquirir tanto en las tiendas físicas como online (exceptuando Canarias, Ceuta y Melilla). Actualmente se están integrando las tiendas físicas con los canales digitales. También se está trabajando en desarrollar una mejor experiencia de compra en tienda, así como desarrollando la presentación y las funcionalidades online mientras se personalizan nuevos sitios y aplicaciones.

3.2. Gestión de proveedores y terceros

El Grupo H&M a nivel global dispone de un protocolo interno aplicable para los supuestos de contratación con proveedores o terceros, el cual es accesible a todos sus empleados a través de la plataforma interna *INSIDE*. Dicho protocolo establece que toda contratación debe ir precedida de la oportuna licitación “*tendering process*” a realizar a cualquier proveedor o tercero con el que se pretenda contratar a efectos de asegurar la máxima calidad y objetividad en el servicio en cuestión, todo ello en comparativa con otros proveedores del mismo sector. En la fase inicial de selección de dichos proveedores/terceros, se establece que se debe realizar un procedimiento de *Due Diligence* (o auditoría previa) a estos

³ Las características de las distintas marcas de H&M España se pueden encontrar en el punto 1.2.

proveedores/terceros debiendo solicitar cierta información/documentación según consta en las directrices que se indican en dicho protocolo.

Finalmente, antes de contratar con el proveedor correspondiente, se debe suscribir el respectivo contrato junto con los documentos que se indican a continuación. Por su parte, desde la matriz del Grupo H&M se hacen auditorías bianuales respecto a la contratación realizada a proveedores/terceros.

El Grupo H&M dispone de un conjunto de políticas relativas a sus proveedores/terceros. Cabe tener en cuenta que la actividad de H&M en España no incluye la fabricación de los productos, por lo que los principios que aplican a sus proveedores/terceros se estipulan en los siguientes documentos:



- Código Ético (para proveedores).
- Compromiso de Sostenibilidad.

El **Código Ético** es obligatorio para todos los socios que tengan una relación comercial con el Grupo H&M mediante el suministro de bienes y/o servicios, por ejemplo: proveedores, vendedores, consultores, propietarios, agentes, proveedores de servicios y otras organizaciones como ONGs. En éste se tratan principalmente aspectos relacionados con la corrupción, no aceptación de regalos o dádivas, información confidencial y cumplimiento del propio código.

Código Ético del Grupo H&M

Como socio comercial del Grupo H&M no debe llevar a cabo ninguna acción que implique sobornos cuando actúe en relación con el negocio del Grupo H&M. Esto incluye negocios tanto nacionales como internacionales y debe entenderse aplicable para todos los acuerdos, tanto con contrapartes privadas como con funcionarios públicos.

En la conducción de los negocios de la compañía, es una violación del Código Ético del Grupo H&M si un socio comercial ofrece algún tipo de ventaja a un empleado de la Compañía u otros representantes del Grupo H&M.

Por otro lado, de acuerdo con el **Compromiso de sostenibilidad**, el Grupo H&M establece unos requisitos fundamentales que sus socios comerciales tienen que cumplir, en cuanto a lugares de trabajo saludables, respeto por el medio ambiente y bienestar animal. Se tienen en cuenta principios sobre discriminación, diversidad e igualdad, sueldos justos y libertad

de asociación en todos sus proveedores. También se especifican requisitos respecto al impacto que puede tener el socio comercial en los ecosistemas y en el bienestar animal.

En resumen, el **Compromiso de Sostenibilidad** cubre los siguientes temas:

<p>FB</p> <p>HA</p> <p>NV</p> <p>1. Lugares de trabajo saludables</p> <ul style="list-style-type: none">• Salud y seguridad• Discriminación, diversidad e igualdad• Empleo reconocido• Salario justo, beneficios y horas de trabajo• Libertad de asociación y negociación colectiva• Trabajo infantil y trabajadores jóvenes• Trabajo forzado	<p>2. Ecosistemas saludables</p> <ul style="list-style-type: none">• Impacto sobre el clima y la calidad del aire• Impacto en los recursos hídricos• Uso de productos químicos• Residuos, reutilización y reciclaje• Conservación de especies y hábitats naturales <p>3. Bienestar animal</p> <ul style="list-style-type: none">• Ganadería• Pruebas en animales
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Asimismo, el Grupo H&M dispone también de unas políticas específicas para la prevención del trabajo infantil entre sus proveedores, con tal de enfatizar que el trabajo infantil no está aceptado.

Política sobre trabajo infantil

Los socios comerciales deben tener sistemas establecidos para garantizar que el trabajo infantil no sea empleado directamente por el socio comercial o por cualquier socio / subcontratista.

Si se confirma el trabajo infantil en las operaciones de un socio comercial (directamente o por medio de un socio/subcontratista), le pedimos al socio comercial que se asegure de que se toman medidas en el mejor interés del niño. En cooperación con la familia, el empleador y otros apoyos relevantes del niño, el socio comercial debe buscar una solución satisfactoria, teniendo en cuenta la edad, la situación social, la educación del niño, etc. La solución siempre debe tener como objetivo mejorar, no empeorar, la situación del niño y se ha de mantener hasta que el niño alcance la edad legal de trabajo.

Cualquier coste relacionado con la solución debe ser cubierto por el socio comercial y el socio comercial también debe compensar a la familia del niño por la pérdida de ingresos, como mínimo, con el salario mínimo vigente.

Además, el Grupo H&M evalúa el desempeño de sus proveedores y acreedores más allá del cumplimiento, mediante un **programa propio de evaluación del impacto sostenible de sus socios** (Sustainable Impact Partnership Programme o SIPP). Para ello, se siguen los puntos destacados a continuación:

Sustainable Impact Partnership Programme

H&M usa SIPP para apoyar a los proveedores en su desempeño ambiental y social, al tiempo que se les anima a tomar las riendas de su propio programa de sostenibilidad. El programa SIP incluye:

- **Requerimientos mínimos.** Asesoramiento para nuevos proveedores y controles de seguimiento continuos.
- **Autoasesoramiento y validación.** El autoasesoramiento se realiza usando herramientas de la Coalición de Ropa Sostenible (Sustainable Apparel Coalition – SAC), como los índices Higg que evalúan las condiciones ambientales, sociales y laborales de instalaciones. Este autoasesoramiento se verifica por un tercero acreditado.
- **Desarrollo de capacidades.** Identificar las áreas prioritarias y establecer objetivos de mejora. Actuando a través de un apoyo específico o de programas temáticos más amplios.
- **Mecanismos de reclamación.** Garantizar oportunidades efectivas para que los trabajadores informen de sus preocupaciones y sean escuchados.
- **Tratamiento de los incidentes.** Registrar e investigar posibles incidentes. Seguimiento de los casos de incumplimiento confirmados un plan de acción correctiva.

El principal proveedor de H&M España es el Grupo H&M, y es éste el que se encarga de asegurar la fabricación de los productos comercializados por H&M España según los estándares establecidos, así como de aplicar el SIPP para los proveedores que fabrican los productos que comercializa H&M España. En este sentido H&M España no realiza auditorías a proveedores ni terceros.

3.3. Gestión de reclamaciones y valoración del servicio

En primer lugar, cabe tener en cuenta que, tras la fabricación de las prendas, antes de que lleguen a España, el Grupo H&M realiza estrictos análisis de calidad y evalúa la seguridad y salud de todos los productos comercializados. Específicamente en materia de seguridad

de los productos químicos, existe un Listado de Sustancias Restringidas para la Fabricación de los diferentes tipos de producto.

Procedimiento de reclamaciones

El cliente puede realizar reclamaciones a H&M España a través de cualesquiera de los siguientes canales que tiene a su disposición:

- Hojas de reclamaciones que encontrará físicamente en cada establecimiento que el Grupo H&M tiene en España. Dichas hojas de reclamación cumplen con la normativa aplicable de cada comunidad autónoma. A dichas reclamaciones se les da respuesta mediante carta certificada que H&M envía a la dirección que el cliente indica en las propias hojas de reclamación.
- En la página web de H&M (www2.hm.com) o en la aplicación (APP) de móvil H&M, accediendo a través del apartado de *Atención al Cliente / Contacta con nosotros* (en adelante, el “*Servicio de Atención al Cliente*”) donde se indica los siguientes medios para contactar:
 - TELÉFONO 800 000 444; (indicándose expresamente que es un número gratuito);
 - A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES: *Facebook, Twitter, Instagram*.
- En la página web de H&M (www2.hm.com) accediendo a través del apartado *Privacidad y Términos Legales/Resolución Alternativa de Conflictos* los clientes pueden formalizar sus reclamaciones de acuerdo con el Reglamento (UE) 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013, es decir, acudiendo a un procedimiento de resolución alternativa de conflictos en línea en materia de consumo.
- A través del teléfono que aparece en el ticket de compra 901 120 084.

Según lo apuntado anteriormente, H&M España responde individualmente a cada una de las citadas reclamaciones.

En el año fiscal 2022 se han contabilizado 359 reclamaciones recibidas a través de las hojas de reclamaciones que se encuentran en las tiendas físicas, Adicionalmente, se han contabilizado 672 reclamaciones de experiencias de compra realizadas en tienda física a través del *Servicio de Atención al Cliente* y del teléfono 901 120 084. No obstante, la configuración de los sistemas con los que cuenta el *Servicio de Atención al Cliente* no permite contabilizar las reclamaciones que se reciben por parte de clientes que han realizado sus pedidos de forma online, de otros incidentes que se reciben por el mismo canal.

Asimismo, en 2022 se han registrado 10 casos en la plataforma que se encarga de la resolución de conflictos en línea y un caso recibido vía OCU. En 2021 no se recibió ningún caso vía OCU.

Sin perjuicio de lo anterior, en cuanto a las reclamaciones recibidas por parte de clientes que han realizado su compra online durante el ejercicio 2022 y que son gestionadas por el *Servicio de Atención al Cliente*, se puede establecer que, en base a las razones de dichas consultas y el trato dado se podrían agrupar en los siguientes grupos:

Reclamaciones relacionadas con compras online

1) Gestor comercial

En todos los supuestos tanto de reclamaciones como de cualquier tipo de insatisfacción recibida por parte del cliente (ya sea motivada por la calidad, proceso de compra u otras razones), se procede a valorar la exposición por parte del cliente y solventar, individualmente, cualquier posible incidencia llegándose a ofrecer algún gesto comercial al cliente.

Ejemplos de reclamaciones

- Incumplimiento del compromiso en el tiempo de entrega de la compra online.
- Artículo recibido defectuoso pero el cliente no procesa la devolución.
- Retraso en el proceso de reembolso de una devolución.
- Incidencia técnica en el proceso de compra online. El cliente no puede procesar por sí mismo la compra online.
- El cliente recibe un envío destinado a otro cliente.

2) Reembolsos

Casos en los que se ha cobrado al cliente por 1-2 artículo(s) no recibido(s).

- **Reembolso no procesado:** investigación conjunta con la oficina central de H&M y el departamento de informática o *IT*, se procede con el reembolso caso de que la incidencia esté causada por H&M.
- **Artículo no recibido por el cliente o artículo en devolución y no recibido en el almacén de H&M:** se reembolsará el importe, salvo que se tenga motivos para no realizarlo. En el supuesto de que esta incidencia se repita en más de 2 ocasiones, se sugiere al cliente cambiar la dirección de envío.

Valoración del servicio

Aparte del *feedback* o valoración multicanal indicado anteriormente, en la web de H&M España se pueden realizar reseñas y valoraciones de los productos ofrecidos.

3.4. Asociaciones

H&M España pertenece a las siguientes asociaciones:

Tabla 3. Asociaciones a las que pertenece H&M España (2022)

FB	Asociación Comerciantes Loranca
	Asoc. Comerciantes Plaza Mar 2
	Asoc. Comerciantes Centro Comercial Nervión Plaza
HA	Societat General d'Autors i Editors
	Cámara de Comercio Hispano-Sueca
	Asociación Comerciantes Gran Vía 2
	GSB Ilustre Colegio de Graduados Sociales de Barcelona
	Asociación Española Centros y Parques Comerciales
	Fundación para la Gestión Medioambiental
NV	Gremi de Comerç Textil i Sastreteria
	Confederación de Organizaciones
	Federación Onubense de Empresarios
	Asociación Amics del Passeig de Gràcia
	Confederación Empresarial Provincia de Cádiz (CEC)
	Asociación para la autorregulación de la de la Comunicación Comercial
	Agrupació Catalana del Tèxtil
	CEOE, Empresas de Palencia
	Federación Estatal de LGTB
	Confederación de Empresarios A Coruña
Asociación Empresarial de Retail Textil de España	

3.5. Información fiscal

Los beneficios obtenidos y los impuestos pagados por H&M España íntegramente en España en 2022 se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 4. Información fiscal. Miles de Euros.

	2022	2021
Beneficios obtenidos en España	7.800	- 7.643
Impuestos sobre beneficios pagados	1.722	0,00

Para el año fiscal 2021 y 2022, H&M España no ha recibido ninguna subvención.

Tabla 5. Subvenciones recibidas. Euros (2022)

	2022	2021
Subvenciones recibidas	0	0

4.GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

4.1. Políticas del grupo y compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible

El Grupo H&M se esfuerza en minimizar su huella ambiental y capacitar a las personas para que tomen decisiones respetuosas con el medio ambiente en sus vidas diarias. En este sentido, el Grupo H&M, a través de su **Compromiso de Sostenibilidad**, establece compromisos respecto a los siguientes ámbitos:

- Impacto en el clima y la calidad del aire.
- Impacto en recursos hídricos.
- Uso de químicos.
- Agua, reutilización y reciclaje.
- Conservación de especies y hábitats naturales.

Asimismo, para cada ámbito el Grupo H&M define dos niveles de desempeño de sostenibilidad:

- **Fundamental:** se refiere al rendimiento de acuerdo con las normas acordadas internacionalmente, los convenios aplicables de la ONU y la OIT, así como legislación nacional. En el caso de que existan discrepancias entre los requisitos, se aplican los que ofrecen mayor protección para los trabajadores, el medio ambiente y el bienestar animal. Asimismo, el cumplimiento de los requisitos fundamentales es obligado para todos los socios comerciales del Grupo H&M.
- **Aspiracional:** se refiere a un desempeño que va más allá de la responsabilidad legal y los estándares internacionales (nivel Fundamental).

El Grupo H&M también es miembro o colaborador de más de 40 iniciativas globales, entre las cuales cabe destacar las siguientes:

- **International Finance Cooperation (IFC):** en 2017 el Grupo H&M firmó con IFC un acuerdo de cooperación para desarrollar una Hoja de Ruta Baja en Carbono para ser implementada a lo largo de su propia cadena de suministro.
- **RE100:** iniciativa global que une más de 100 empresas influyentes comprometidas con un 100% de electricidad proveniente de fuentes renovables.
- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas:** el Pacto Mundial es una iniciativa de política estratégica para las empresas que se comprometen a alinear sus operaciones y estrategias con 10 principios universalmente aceptados sobre derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción.

-
- FB
HA
NV
Ellen MacArthur Foundation: la fundación Ellen MacArthur es organización clave en la promoción de la economía circular. H&M, como Socio Global de la Fundación y de su programa “Circular Economy 100”, trabaja juntamente con otras compañías, gobiernos y ciudades para acelerar la transición a una economía circular. El Grupo H&M es uno de los principales socios de la iniciativa “Make Fashion Circular” de la Fundación, así como de la iniciativa “New Plastics Economy Global Commitment”. Asimismo, durante el 2021, el Grupo H&M, en colaboración con la Fundación y el Centro de Resiliencia de Estocolmo, lanzó un plan estratégico para la industria de la moda con el objetivo de desarrollar una actividad empresarial que opere dentro de los límites del planeta.
 - 2030 Water Resource Group:** 2030 WRG es una asociación pública, privada y de la sociedad civil liderada por el Banco Mundial. La asociación apoya colaboraciones a nivel de país diseñadas para unir diversos grupos que tienen por interés común la gestión sostenible de recursos hídricos.
 - Global Fashion Agenda’s 2020:** es una iniciativa que reúne a múltiples empresas del mundo de la moda que se comprometen a fomentar la circularidad en el sector.
 - CDP’s 2020 A List for climate:** es una iniciativa que reconoce a empresas líderes en materia de gestión ambiental y transparencia. Durante el 2020, para elaborar esta lista se evaluaron más de 9.600 empresas, entre ellas el Grupo H&M, que consiguió colocarse dentro de las 273 compañías más responsables en relación al cambio climático.
 - Green Recovery Alliance:** junto con otras 180 organizaciones públicas y privadas el Grupo H&M se ha sumado a esta iniciativa que busca fomentar que la recuperación social y económica tras la pandemia del COVID-19 este basada en el respeto por el medio ambiente y abogue por un crecimiento sostenible.
 - The Pathways Coalition:** coalición fundada por el Grupo H&M, entre otras compañías, que establece el objetivo de conseguir cero emisiones en la logística y el transporte de grandes mercancías como muy tarde para el año 2050.

4.2. Riesgos en materia de medio ambiente

Se estima que la actividad desarrollada por H&M España no implica un riesgo importante para los distintos aspectos ambientales. Su actividad se desarrolla principalmente en tiendas y a nivel logístico, ya que no fabrica prendas. Así, con relación al consumo energético y las emisiones, éstos se circunscriben fundamentalmente al consumo de energía eléctrica en tiendas y almacenes y en las emisiones causadas por el transporte.

Adicionalmente, la generación de residuos se corresponde a la actividad de las tiendas, con generación limitada fundamentalmente a residuos de papel y cartón, debido principalmente al embalaje en el que se reciben los productos que se comercializan.

Por otra parte, el Grupo H&M, como pieza clave de la industria de la moda, debe afrontar ciertos riesgos relacionados con la generación indirecta de residuos. Estos están relacionados con el uso que se hace de sus artículos (principalmente prendas de vestir) y evitar que estos acaben directamente en vertederos cuando pueden ser reutilizables, reparables o reciclables. En este sentido, el Grupo está trabajando en iniciativas para mejorar la recuperación de los productos que pone en el mercado a través de su centro de innovación de reciclaje *The laboratory*. Entre las más recientes se encuentra la colección cápsula *Re-Made*, lanzada para la marca Weekday's, cuyas prendas están fabricadas a partir de tela vaquera reciclada.

Asimismo, con respecto al cambio climático, no se detectan riesgos específicos que puedan afectar a H&M España, más allá de un posible aumento de los costes energéticos en el futuro y la posible afectación sobre los costes de producción de materias primas de los productos que comercializa, como es el caso del algodón. En este contexto, debido al tipo de actividad, no se pueden diferenciar los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales de otros recursos destinados a la gestión empresarial.

Por otra parte, la contaminación por ruido y la contaminación lumínica no se consideran relevantes en H&M España. Además, debido a su tipo de actividad y los riesgos ambientales no se requieren licencias de tipo ambiental y, de acuerdo con la Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental, la compañía no tiene obligación de disponer de un seguro de Responsabilidad Medioambiental.

4.3. Economía circular y prevención y gestión de residuos

El Grupo H&M trabaja estratégicamente en la promoción de la sostenibilidad, mediante la colaboración con asociaciones y entidades científicas para liderar el cambio hacia una industria de la moda circular y renovable. Así, se desarrollan hojas de ruta en todas las áreas de la cadena de valor, para pasar de un modelo linear a uno circular.

La promoción de la circularidad en el sector de la moda desarrollada por el Grupo H&M se basa en primer término en el ecodiseño de los productos, minimizando el consumo de recursos y trabajando con materiales reciclados u otros materiales de origen sostenible: así como prolongando la vida útil del producto y potenciando una cadena de valor neutra

para el clima, mediante el aumento de la eficiencia en las operaciones y productos. En base a estos principios, el Grupo H&M pretende continuar diseñando y elaborando productos excelentes y sostenibles, que generen de manera sinérgica impactos sociales y ambientales positivos. Así, el Grupo H&M tiene el objetivo de que, para el año **2030**, **todos los materiales sean reciclados y/o provengan de fuentes más sostenibles**. Asimismo, la

compañía se ha comprometido a que para 2025 un 30% de las materias primas sean recicladas (mediante la promoción del uso de fibras recicladas).

En lo que respecta a la promoción de la economía circular por parte del Grupo H&M, cabe destacar la iniciativa de recuperación de ropa, que en el caso de H&M España se realiza de acuerdo con lo explicado en el siguiente cuadro, excepto en la tienda de Melilla.

Recuperación de ropa en H&M España

H&M tiene cajas de reciclaje en las tiendas de todo el mundo y aceptan ropa de cualquier marca y en cualquier estado. Estas cajas normalmente se encuentran junto a los mostradores de las cajas. Los usuarios miembros del programa de fidelización que utilicen este servicio pueden recibir cupones de hasta 5 € de descuento, válidos en tiendas H&M España y hm.com hasta por un periodo de 6 meses. Por otro lado, en las tiendas de &Other stories y, desde 2022, en las tiendas de la marca COS, se reciben cupones válidos para descuentos de un 10% en la ropa.

La ropa recogida, se clasifica posteriormente en tres categorías:

- **Reaprovechar:** las prendas que aún pueden utilizarse se comercializan como artículos de segunda mano.
- **Reutilizar:** los textiles que ya no se pueden utilizar, son transformados en otros productos, como colecciones de moda reciclada o paños de limpieza.
- **Reciclar:** Los textiles que no pueden ser reutilizados, tienen una segunda vida como fibras textiles o se utilizan para fabricar productos como

Esta iniciativa comenzó en 2013 y sigue creciendo ya que el Grupo H&M tiene el objetivo de contar con sistemas de recogida de prendas de vestir en el 100% de las tiendas del Grupo H&M. Por ello, en la medida de lo posible y respetando siempre las restricciones sanitarias de cada país, la recogida de ropa ha continuado durante el 2021 y 2022. Para el ejercicio de 2022, se han recuperado 1.888.640 kg de ropa, superando los kg de ropa recuperada en 2021 (1.799.611 kg).⁴ De hecho, desde 2021, los clientes que han hecho uso del programa de recogida de ropa de H&M, han recibido puntos que se pueden canjear por recompensas dentro del programa de fidelización de H&M. De esta forma, el Grupo H&M facilita el seguimiento por parte de los consumidores de sus decisiones sostenibles.

Por otro lado, otra iniciativa a destacar en la promoción de la circularidad por parte del Grupo H&M es la incorporación de píldoras informativas online, accesibles mediante su

⁴ Este servicio no se ofrece en las tiendas del Grupo H&M localizadas en Melilla.

web, en la que se ofrecen **consejos para maximizar la vida de sus productos**, tal y como se explica en el siguiente cuadro:

H&M Take Care

El Grupo H&M ha incorporado en el apartado de Sostenibilidad de su página web de compra online, un apartado con consejos e ideas sobre cómo cuidar, reparar, rehacer o reactualizar las prendas para que duren más. Las píldoras informativas se clasifican en tres grupos:

- Ideas y hazlo tú mismo: se incluyen consejos sobre cómo ampliar la cintura de los pantalones, cómo usar impermeables o parches con las prendas de ropa o la incorporación de bordados.
- Reparación y cuidado: se incluyen consejos sobre cómo planchar tejidos sintéticos, algodón y lino, cómo coser botones o hacer dobladillos a los vaqueros, así como limpiar cordones o zapatillas deportivas.
- Lavandería y manchas: se incluyen consejos sobre cómo lavar y secar diferentes tipos de tejidos frente a diferentes tipos de manchas (comida, lápiz de labios, etc).

En este contexto, teniendo en cuenta la actividad desarrollada por H&M España, se considera que no aplican las acciones para combatir el desperdicio de alimentos.

Además del diseño del producto, también se está buscando formas de trabajar con un enfoque circular al diseñar las tiendas, colaborando con la **Fundación Ellen MacArthur**, principal impulsor de la economía circular a escala mundial.

Diseño de tienda circular

H&M, juntamente con la Fundación Ellen MacArthur, ha desarrollado una herramienta para evaluar la circularidad de los productos no comerciales, que incluye los interiores de las tiendas. En 2016, se estableció la meta de que al menos el 80% de los elementos de las tiendas deberían ser circulares para 2025.

En base a esta colaboración y estos objetivos, se reconstruyó una de las tiendas de H&M en Estocolmo, usando principalmente materiales de construcción e interiores a partir de materiales de otras tiendas existentes,

En lo que respecta a la generación y gestión de sus propios residuos, H&M España cuenta con un sistema de logística inversa, por lo que gestiona sus residuos en el almacén central.

En el almacén central se tiene contratado el servicio de gestión de residuos del Grupo Layna. Grupo Layna, tiene 3 objetivos finales, que forman parte de una gestión integral de residuos:

FB

HA

NV



Figura 1 Objetivos del Grupo Layna

Además, Grupo Layna ha obtenido en 2022 la certificación “Residuo Cero”, otorgada a aquellas empresas oferedoras de servicios de gestión de residuos que en sus prácticas realicen una gestión que permita reducir su generación, mediante una preparación para la reutilización y/o transformación del residuo en materias primas, reintroduciéndolas en la cadena de valor.

Asimismo, Grupo Layna se encarga de la gestión de todos los residuos y del reciclaje de los residuos no peligrosos, sin embargo, el gestor final de los residuos peligrosos es Logística Ambiental S.L.

Por otro lado, los embalajes puestos en el mercado (que después son gestionados por parte del consumidor), son declarados anualmente a través del Sistema de Responsabilidad Ampliada del Productor de envases, ECOEMBES.

Adicionalmente, el Grupo H&M está tomando medidas para reducir el uso de embalajes plástico y, en consecuencia, el residuo que generan. En esta línea, la compañía a nivel global está cambiando el sistema de embalaje para los productos de e-commerce, sustituyendo los plásticos de un solo uso por otros elementos fabricados a partir de papel certificado de gestión sostenible de los bosques (Forest Stewardship Council, FSC). Esta nueva política aplica a todas las marcas en todos los mercados en 2022.

La cantidad de residuos no peligrosos generados por H&M España a lo largo de 2022 se puede ver en la siguiente tabla:

Tabla 6. Generación de residuos no peligrosos por tipo en H&M España

RESIDUO	CANTIDAD (TONELADAS)	
	2022	2021
Residuos de perchas de plástico	179,94	186,18
Residuo de perchas multimaterial	51,44	65,16
Madera	1,28	26,86
Cartón y papel	806,28	741,44
Plástico	28,14	35,53
Resto	730,12	817,98
Otros	175,88	191,08

Incluye la generación de residuos en tiendas de España y el almacén logístico.

Por otro lado, la cantidad de residuos peligrosos generados por H&M España a lo largo de 2022 se puede ver en la siguiente tabla:

Tabla 7. Generación de residuos peligrosos por tipo en H&M España

RESIDUO	CÓDIGO L.E.R.	CANTIDAD (KG)	
		2022	2021
Tóner	08 03 18	869	581
Pilas y acumuladores	20 01 33 / 16 06 04	143	0
Fluorescentes	20 01 21	769	519
Pinturas y barniz	08 03 12	306	466
Electrónica RAEE	00 13 5* - 61	4.675	6.185
Cosmética	16 03 05	1.840	4.704
Aerosoles inflamables	16 05 04	0	20
Envases contaminados	15 01 10	0	109
Aparatos CFC	60 21 1*-11	0	128
Monitores y pantallas	160213*-22*	0	0
Bolsas antihumedad	16 03 03	18.591	15.588
Reactivos de laboratorio	16 05 03	4.480	0

Incluye la generación de residuos en tiendas de España y el almacén logístico.

Como puede verse en la tabla, desde 2021 se empezaron a separar las bolsitas antihumedad que vienen dentro de las cajas de mercancía. Tras una investigación exhaustiva con el gestor de residuos Layna, se concluyó que el producto químico que va dentro de esas bolsitas es cloruro cálcico. Dicha sustancia, al final de su vida útil, se considera un producto peligroso de acuerdo con la normativa europea, de manera que al separarse puede tratarse de manera más adecuada.

Durante el ejercicio 2022, no se produjeron residuos de aerosoles inflamables, envases contaminados, aparatos CFC, monitores y pantallas. Es importante destacar que el almacén logístico es responsable de manejar de manera segura y adecuada los residuos peligrosos

provenientes de las tiendas. Si no se reciben residuos de las tiendas, se considera que no se han generado residuos durante el período mencionado. En cuanto a los 4.480 kg de reactivos de laboratorio generados en 2022, se refieren a la retirada de los desinfectantes y geles hidroalcohólicos que se usaron durante la pandemia.

4.4. Uso sostenible de recursos

El uso sostenible de los recursos consiste en utilizar el agua, la energía y las materias primas de manera racional, sin comprometer el uso de las generaciones futuras y conservando el medio ambiente. Para ello, impulsar mecanismos que promuevan la eficiencia productiva, la economía circular y la optimización en el uso de los recursos naturales son fundamentales para garantizar la sostenibilidad.

Consumo de agua

El principal impacto que tiene el Grupo H&M en cuanto a consumo de agua es indirecto, relacionado con el uso de este por parte de sus proveedores. Desde el Grupo H&M se tiene una hoja de ruta que contiene objetivos clave hasta 2022, que incluye toda la cadena de suministro. Algunos de los objetivos que se encuentran en esta hoja de ruta son los siguientes:

- Reducir el uso de agua de producción en un 25% en comparación con la línea de base de 2017.
- Promover la recolección de agua de lluvia allí donde sea posible.
- Implementar plantas de tratamiento para el 100% de efluentes.
- Utilizar un 15% del total de agua de producción reciclada.
- Reutilizar un 5% de las aguas residuales de las plantas dentro de la instalación.

En cuanto a H&M España, su consumo de agua se limita al agua de red que suministra a sus tiendas y almacén. En la siguiente tabla se muestra el consumo de agua procedente de la red de suministro en H&M España durante el 2022. Por otro lado, en el almacén logístico, H&M España realiza la **captación de aguas pluviales para su reutilización**.

Tabla 8. Consumo de agua

CONSUMO (m ³) ⁵	
2022	2021
28.527,11	22.405,60

Incluye el consumo de agua en tiendas de España y el almacén logístico.

⁵ El consumo de agua de 2022 incluye 5.194,11 m³ calculados en base a una estimación del consumo medio anual para aquellas tiendas de las que no se disponen datos reales. En 2021 se aplicó la misma metodología, incluyendo 12.109,42 m³ de agua estimados.

Consumo energético

A continuación, se presenta el consumo energético total para H&M España durante el 2022.

Tabla 9. Consumo energético en función de la fuente de energía

FUENTE DE ENERGÍA	CONSUMO (kWh)	
	2022	2021
Electricidad	51.077.304	50.917.392
Gas natural	148.223	104.468
TOTAL	51.225.527	51.021.860

Incluye el consumo de electricidad en tiendas de España y el almacén logístico. El consumo de gas natural se produce solo para el almacén logístico y se usa para el túnel de secado.

Tal y como puede verse en la tabla, el consumo energético ha aumentado respecto al 2021. Esta diferencia se debe fundamentalmente al retorno a la actividad en tiendas a niveles equiparables a antes de la pandemia.

Adicionalmente, con el objetivo de reducir el consumo energético, así como el impacto ambiental derivado de las emisiones vinculadas al mismo, el Grupo H&M, a escala global, tiene el objetivo de reducir la intensidad energética de las tiendas un 25% para 2030, respecto la línea base de 2016. Éstas representan la mayoría del consumo de electricidad del Grupo H&M.

La estrategia de gestión energética se enmarca en la iniciativa ER100 de “The Climate Group”, de la que forman parte otras grandes empresas a escala global.

En 2017 se instalaron contadores eléctricos para tener el consumo eléctrico monitorizado. Desde 2018, las dos principales iniciativas para mejorar la eficiencia energética en H&M España se detallan en el cuadro siguiente:

Estrategia de gestión energética en tiendas del Grupo H&M

La estrategia de administración de energía de nuestras tiendas apunta a mejoras en la iluminación y HVAC (calefacción, ventilación, aire acondicionado), que representan el 90% de la electricidad que usamos en nuestras tiendas. Al imponer demandas más específicas a los sistemas HVAC y reemplazar HID por sistemas de iluminación LED, estamos seguros de que para 2030 cada tienda que construyamos utilizará un 40% menos de energía por metro cuadrado y hora de apertura que las que construimos en 2016.

Estrategia de gestión energética en tiendas de H&M España

Iniciativas para mejorar la eficiencia energética en H&M España

- **Asegurar rutinas y consumo responsable en las tiendas.** Desde 2018 se trabaja con las tiendas para minimizar el consumo nocturno, asegurar que la temperatura en tienda es adecuada y que cuando solamente hay trabajadores se apaga parte de los elementos de consumo como cierta iluminación decorativa, escaleras mecánicas, etc.
- **Sustituir iluminación convencional por equivalente LED.** Desde 2019 se está sustituyendo la iluminación convencional por iluminación LED.

En la figura 2 se puede observar el estado del proyecto de sustitución de iluminación convencional por LED en España, a fecha noviembre de 2022. En este sentido, más de tres tercios de las tiendas han sustituido total o parcialmente su iluminación convencional por leds.

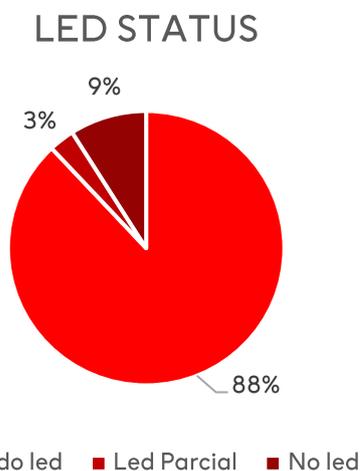


Figura 2 Estado del proyecto de iluminación de tiendas de H&M mediante LEDs en 2022.

Por otro lado, en el ámbito del transporte y la logística, en 2020 se comenzó con la implantación de una flota verde para el transporte de mercaderías, mediante la incorporación de una lanzadera que va a diario de Madrid a Murcia para hacer entregas y usa gas como combustible. Asimismo, en ese mismo año se incorporaron a la flota tres nuevos camiones que usan GNL como combustible por parte de una de las empresas

transportistas que trabajan con H&M España. En esta misma línea, durante el 2021 se adquirió una nueva *linehaul* Madrid-San Fernando que emplea gas licuado como combustible. Además, se han incorporado dos camiones híbridos (diésel/eléctrico) en Madrid y un camión de gas licuado en la zona Norte.

Consumo de materiales

En el desarrollo de su actividad, H&M España ha consumido los siguientes materiales, tal y como se puede observar en la siguiente tabla. Cabe destacar que, a partir de diciembre de 2021, todo el papel que se consume es 100% reciclado.

Tabla 10. Materiales utilizados por peso

	2022	2021
Papel (kg)	18.183,30	17.618,00
Tóner (unidades)	1.808	1.440

Durante el ejercicio de 2021, el consumo de papel fue menor respecto al 2022 debido a las restricciones sanitarias derivadas de la pandemia causada por el COVID-19, así como el fomento del trabajo a distancia como consecuencia de dicha situación. En 2022, con la vuelta a la actividad de la compañía a niveles prepandémicos, el consumo de papel ha aumentado.

Circularidad de los consumibles

Desde el departamento de Stationary, encargado de la compra de consumibles para las tiendas y el almacén, se está trabajando activamente para conseguir la circularidad de los materiales. Entre las medidas cabe destacar el uso exclusivo de:

- Cajas de cartón fabricadas de material reciclado.
- Folios para imprimir de papel reciclado.
- Adhesivos de papel para el embalaje.
- Plástico film 100% reciclable

4.5. Cambio climático y control de emisiones

Desde el Grupo H&M global se está comprometido con el Acuerdo de París de mantener el aumento de la temperatura del planeta por debajo de 2°C con respecto a los niveles preindustriales. Además, se ha comprometido a reducir a la mitad sus emisiones cada década, teniendo el objetivo de emisiones cero antes de 2040, usando la definición de la iniciativa de objetivos basados en ciencias o *Science Based Targets Initiative* (SBTi).

Se define como la huella de carbono de una organización la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos por efecto directo o indirecto a través de la actividad que desarrolla dicha organización.

El consumo energético de H&M España proviene de:

- El consumo de combustible en fuentes fijas, en este caso debidas al consumo de gas natural y refrigerantes en sus instalaciones, así como de los coches de empresa (Alcance 1).
- El uso de electricidad por parte de sus tiendas, almacenes logística, y oficinas (Alcance 2).
- Los viajes corporativos en avión y ferrocarril de la compañía (Alcance 3).

Tabla 11. Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

	2022	2021
Alcance 1 (tCO ₂)	559,88 ⁶	1.447,15
Alcance 2 (tCO ₂) ⁷	12.769,33	12.729,35
Alcance 3 (tCO ₂) ⁸	91	164,79

La disminución de la huella de carbono en el Alcance 1 respecto al ejercicio fiscal de 2021 consumo se debe principalmente a una menor cantidad de fugas de gases refrigerantes en

⁶ Para el año 2022 se ha incluido el consumo de combustible por parte de los vehículos que son propiedad de la compañía.

⁷ El cálculo de las emisiones se ha realizado mediante el método *market-based*. El método *market-based* permite a las organizaciones calcular las emisiones utilizando factores específicos del proveedor de sus empresas de servicios eléctricos (mix eléctrico).

⁸ Las emisiones de CO₂ reportadas de diciembre de 2020 a noviembre de 2021 se estimaron en base a la ratio mensual de emisiones calculado a partir de las emisiones totales generadas de septiembre de 2020 a agosto de 2021. Los tres meses restantes corresponden a la nueva compañía de viajes de H&M España y se sumaron a la primera estimación.

las instalaciones climáticas de H&M España y, por ende, un menor reemplazo de gases refrigerantes. Por su parte, la disminución de la huella de alcance 3 es debida a una reducción en el número de viajes corporativos.

Asimismo, parte de las medidas tomadas por parte de H&M España para reducir la huella de carbono se encuentran mencionadas anteriormente en el apartado “Consumo energético” del capítulo 4.4. Uso sostenible de los recursos.

4.6. Protección de la biodiversidad

H&M España no tiene actividad manufacturera en España, la cual podría tener un mayor efecto sobre la biodiversidad que la relacionada con la actividad de distribución, que se considera nula.

No obstante, en el **Compromiso de Sostenibilidad**, se tiene en cuenta la conservación de especies y hábitats naturales por parte de sus proveedores, con los siguientes objetivos:

Compromiso de Sostenibilidad

Fundamental: la empresa lleva a cabo todas las operaciones en total conformidad con todas las leyes y regulaciones aplicables, incluido el mantenimiento de permisos válidos. Las materias primas no deben incluir las especies que figuran en la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies en Peligro (CITES) 9 o la lista roja de la UICN10 como En Peligro Crítico, En Peligro o Vulnerable.

Aspiracional: la empresa obtiene materias primas verificadas por terceros para garantizar prácticas agrícolas y forestales más sostenibles.

En este sentido, el Grupo H&M es consciente de que la pérdida constante de biodiversidad es un riesgo sistémico que puede tener un impacto en la industria. Por ello tiene la ambición de tener un impacto positivo en la biodiversidad, y está trabajando en objetivos y acciones para trabajar en ello de forma efectiva.

5. GESTIÓN DE PERSONAS

5.1. Políticas de personas

H&M España cuenta con una serie de políticas y procedimientos que le permiten gestionar de manera completa los distintos aspectos que tienen que ver con las personas en el seno de la organización. En este sentido, se cuenta con las siguientes:

- **Política de igualdad y no discriminación**, basada en el convenio sobre la discriminación de la OIT C111, y que establece que nadie puede ser discriminado por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social; en un proceso de selección, en el puesto de trabajo, en la remuneración, en traslados, promociones, crecimiento profesional o disponibilidad de formación.
- **Política sobre seguridad y salud**, donde el Grupo H&M se compromete a garantizar el cumplimiento de las normativas locales en materia de seguridad y salud.
- **Política contra el acoso y la discriminación**, para garantizar que, dentro del Grupo H&M, el ambiente de trabajo se caracterice por la confianza y el respeto, y que todos los empleados estén protegidos contra la discriminación, el acoso y cualquier otra conducta inapropiada e indeseable.
- **Protocolo de acoso moral**, en base al cual se establece que todos los trabajadores deben tener derecho a un trato respetuoso en su puesto de trabajo.
- **Protocolo de acoso sexual**, con medidas para prevenir el mismo, y que establece procedimientos internos de actuación si se da el caso.
- **Políticas local y global de resolución de conflictos**, que tienen por finalidad que todos los empleados puedan acceder a un procedimiento efectivo para la resolución de cualquier caso de vulneración de las políticas sociales del Grupo H&M, con referencia principalmente a los derechos humanos.
- **Política global de relaciones laborales**, en la que la empresa se compromete a mantener un diálogo constructivo en el lugar de trabajo para fomentar un mayor conocimiento y comprensión de las relaciones laborales; garantizando una relación óptima entre los empleados, directores, representación legal de las personas trabajadoras y grupos de interés externos del Grupo H&M.
- **Política global de compensación y beneficios**, donde se estipula que estos sean justos y cumplan con las políticas sociales sobre discriminación e igualdad.

-
- **Política sobre redes sociales**, en la que se indica un uso apropiado de las redes sociales por los trabajadores en relación con la empresa, con tal que la marca no se vea afectada.
 - **Política de desconexión digital**, con el objeto de gestionar el uso adecuado y compatible con la conciliación de los medios digitales proporcionados por la empresa.
 - **Plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres**. Con el objetivo, de garantizar la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en todos los aspectos de la actividad de la empresa.
 - **Política de Trabajo Flexible**, dirigida al personal de oficinas, tiene el objetivo de introducir directrices de teletrabajo, para aportar mayor flexibilidad y contribuir a la mejora del equilibrio entre la vida familiar y laboral.
 - Asimismo, H&M España cuenta con el **Manual del Empleado**, donde se establecen las normas del grupo, y los beneficios como empleado, entre otros aspectos.

El detalle del desempeño de estos procedimientos, planes y políticas se desarrollan en el presente capítulo.

5.2. Riesgos en la gestión de personas

H&M España desarrolla su actividad dentro de la Unión Europea, lo que implica que hay mecanismos efectivos para proteger a los derechos de los trabajadores. En consecuencia, no se considera que exista un riesgo con relación a la vulneración de derechos de los trabajadores.

Asimismo, los riesgos que se detectan en el caso de la gestión de personas en la organización son los propios de la seguridad y salud, los cuales se gestionan a través de las **Política sobre Seguridad y Salud** y el **Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales**. Adicionalmente, cabe tener en cuenta que el perfil de empleo en H&M España circunscribe estos riesgos a los propios de trabajos de oficinas, almacenes y tiendas. Asimismo, en el contexto de crisis sanitaria sufrida desde 2020, H&M España se enmarca en el grupo de empresas cuyos puestos de trabajo implican un riesgo de exposición profesional al COVID-19. En este contexto, en H&M España, tanto en sus tiendas como en sus oficinas y almacenes logísticos, se han seguido las medidas sanitarias establecidas en cada comunidad autónoma; de manera que se ha minimizado el riesgo derivado de la pandemia sobre empleados y consumidores.

Además, también cabe destacar que H&M está en un avance permanente en materia de gestión de aspectos como la igualdad o la conciliación laboral. Además, H&M España cuenta con planes e iniciativas dirigidas a gestionar adecuadamente estos aspectos; como son el Plan de igualdad o los Protocolos de acoso moral o sexual.

5.3. Generación de empleo

H&M España está comprometida con la calidad del empleo y el trato por igual de todos sus empleados, de acuerdo con su **Política global de igualdad y no discriminación**, tal y como se puede ver a continuación:

Política global de igualdad y no discriminación

En H&M todos los empleados son iguales. Nadie debe ser discriminado en un proceso de selección, en el puesto de trabajo, con la remuneración, en traslados, promociones, crecimiento, desarrollo o formación. A efectos de esta política, el término discriminación comprende cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, nacionalidad, origen social, orientación sexual o edad.

En relación con la gestión del empleo dentro de H&M España en el año 2022 se continuó con la implementación del despido colectivo iniciado en 2021. Dicho proceso se ha desarrollado temporalmente de la siguiente manera.

- El día 6 de abril de 2021, se iniciaron las negociaciones que dieron lugar a un acuerdo, firmado el 25 de mayo de 2021, entre la parte social y la empresarial sobre el proceso de despido colectivo.
- Dicho proceso se fue implementando hasta el pasado mes de febrero de 2022, cuando se dio por finalizado el proceso de despido colectivo con el cierre de la última tienda en fecha de 5 de febrero de 2022.

A continuación, se muestran los indicadores de generación de empleo.

Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional

En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados de H&M España por edad y sexo a fecha 30 de noviembre de 2022. La totalidad de los empleados trabajan en España.

Tabla 12. Distribución de empleados por sexo y edad

		2022	2021
SEXO	Hombre	750	792
	Mujer	3.619	3.863
EDAD	< 30 años	950	1.132
	30-50 años	3.069	3.216
	> 50 años	350	307
TOTAL		4.369	4.655

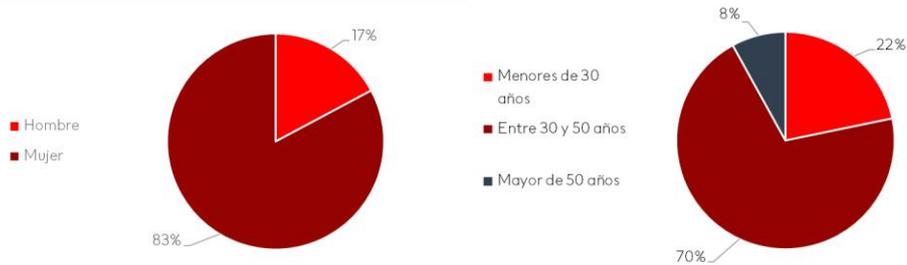


Figura 3 Porcentaje de empleados segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha) en 2022.

En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados por categoría profesional en H&M España a fecha 30 de noviembre de 2022.

Tabla 13. Distribución de empleados por categoría profesional

		2022	2021
CATEGORÍA PROFESIONAL	Altos directivos	58	58
	Ingenieros y técnicos	151	81
	Administrativos	30	35
	Personal de venta y distribución	4.130	4.481
TOTAL		4.369	4.655



Figura 4 Porcentaje de empleados segregado por categoría profesional en 2022.

La variación entre los ejercicios correspondientes a la categoría de "Ingenieros y técnicos" se debe principalmente a la implementación del departamento de la Región del Sur de Europa en sus oficinas de Barcelona, iniciando este proceso en verano de 2021, que ha tenido continuidad durante todo el ejercicio 2022.

Distribución de modalidades de contrato

En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados por tipo de contrato en H&M España a fecha 30 de noviembre de 2022:

Tabla 14. Distribución de empleados por tipo de contrato

		2022	2021
TIPO DE CONTRATO	Indefinido	4.255	4.232
	Temporal	114	423
TOTAL		4.369	4.655

Tabla 15. Distribución de empleados por tipo de jornada

		2022	2021
TIPO DE JORNADA	A tiempo completo	1.485	1.484
	A tiempo parcial	2.884	3.171
TOTAL		4.369	4.655

Distribución de modalidades de contrato de trabajo segregado por sexo, edad y categoría profesional

En la siguiente tabla se muestra el promedio de empleados por modalidad de contrato en función del sexo, la edad y la categoría profesional en H&M España en 2022.

Tabla 16. Promedio anual de contratos indefinidos segregado por sexo, edad y categoría profesional

		2022	2021
SEXO	Hombre	621	648
	Mujer	2.592	2.819
EDAD	< 30 años	522	489
	30-50 años	2.409	2.730
	> 50 años	282	248
CATEGORÍA PROFESIONAL	Altos directivos	57	66
	Ingenieros y técnicos	118	81
	Administrativos	28	33
	Personal de venta y distribución	3.010	3.287

Tabla 17. Promedio anual de contratos temporales segregado por sexo, edad y categoría profesional

		2022	2021
SEXO	Hombre	33	17
	Mujer	205	136
EDAD	< 30 años	153	105
	30-50 años	83	47
	> 50 años	2	1
CATEGORÍA PROFESIONAL	Altos directivos	0	1
	Ingenieros y técnicos	3	1
	Administrativos	2	1
	Personal de venta y distribución	233	150

Tabla 18. Promedio anual de contratos a tiempo parcial segregado por sexo, edad y categoría profesional

		2022	2021
SEXO	Hombre	254	246
	Mujer	1.730	1.740
EDAD	< 30 años	575	474
	30-50 años	1.306	1.426
	> 50 años	103	86
CATEGORÍA PROFESIONAL	Altos directivos	1	1
	Ingenieros y técnicos	2	4
	Administrativos	3	8
	Personal de venta y distribución	1.978	1.973

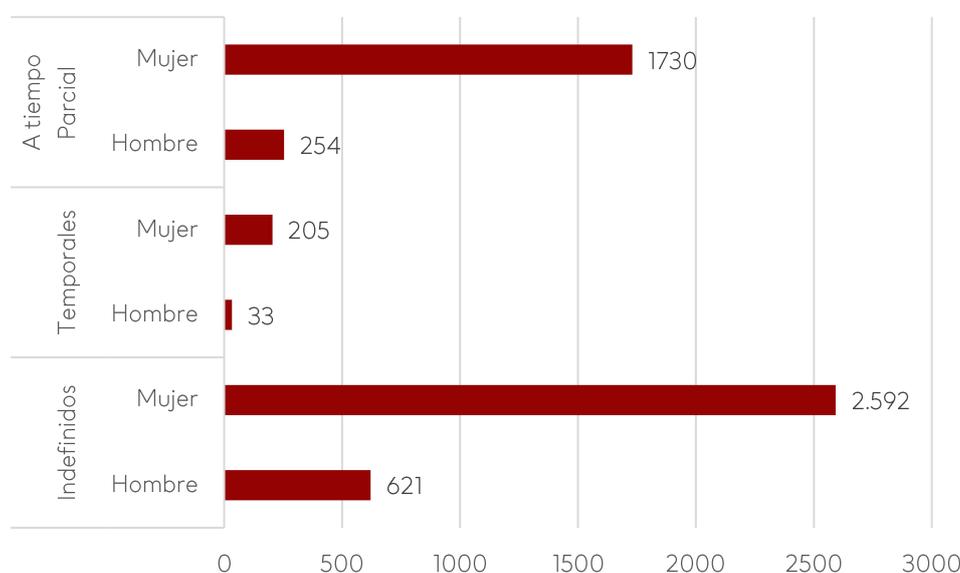


Figura 5 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función del sexo en 2022

FB

HA

NV

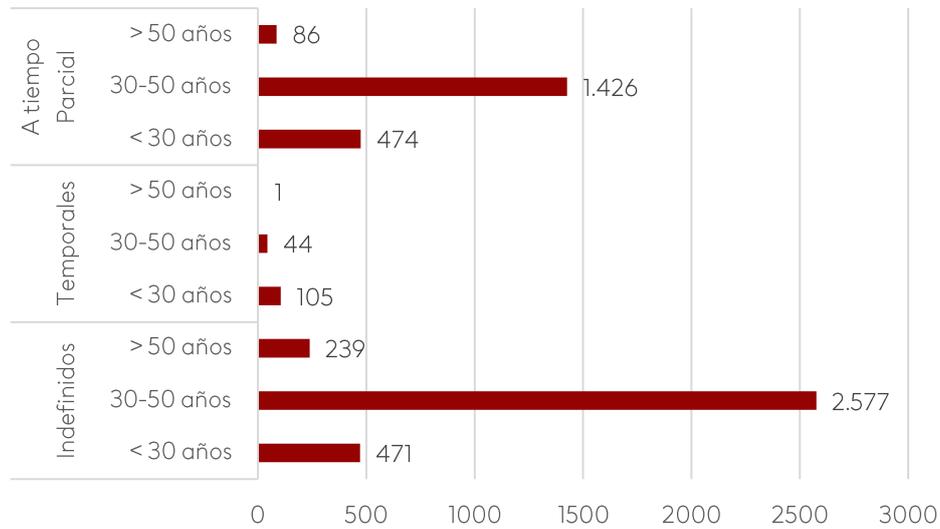


Figura 6 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función de la edad en 2022.

Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional

En la siguiente tabla se muestra el número de despidos por sexo, rango de edad y categoría profesional en H&M España en 2022. Cabe destacar, que, al estar su plantilla formada principalmente por mujeres, aumenta la representación de este género en las estadísticas.

Tabla 19. Número de despidos segregado por sexo, edad y categoría profesional

		2022	2021
SEXO	Hombre	10	126
	Mujer	75	640
EDAD	< 30 años	12	92
	30-50 años	68	649
	> 50 años	5	25
CATEGORÍA PROFESIONAL	Altos directivos	2	9
	Ingenieros y técnicos	7	0
	Administrativos	0	0
	Personal de venta y distribución	76	757

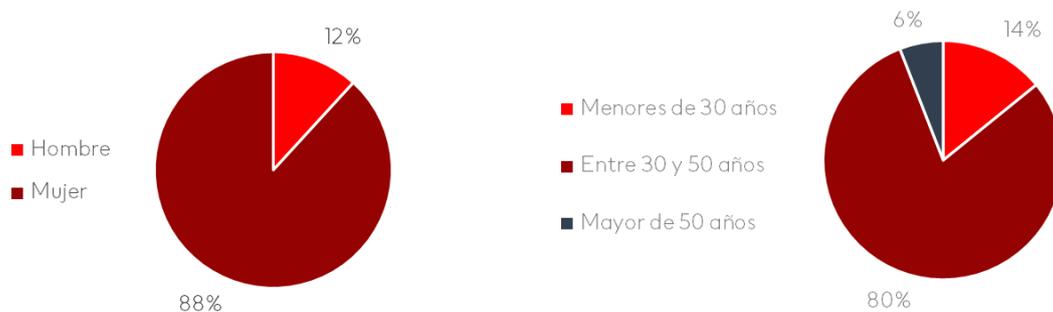


Figura 7 Porcentaje de empleados despedidos segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha) en 2022.



Figura 8 Porcentaje de empleados despedidos segregado por categoría profesional 2022

Remuneraciones medias segregadas por edad, sexo y categoría profesional

En las siguientes tablas se muestra la remuneración media (salario percibido), segregada por rango de edad y por sexo.⁹

Tabla 20. Remuneración promedio segregada por sexo (euros)

		2022	2021
SEXO	Hombre	23.208	21.324
	Mujer	20.824	19.769
TOTAL		21.233	20.034

Tabla 21. Remuneración promedio segregada por edad y sexo (euros)

			2022	2021
EDAD	< 30 años	Hombre	19.772	18.453
		Mujer	18.633	17.417
		TOTAL	18.867	17.630
	30-50 años	Hombre	23.980	21.941
		Mujer	21.467	20.501
		TOTAL	21.882	20.731
	> 50 años	Hombre	29.011	28.981
		Mujer	20.849	20.293
		TOTAL	21.968	21.595

⁹ La remuneración promedio se ha calculado teniendo en cuenta la remuneración teórica de los trabajadores activos a fecha 30 de noviembre de 2022.

En las siguientes tablas se muestra la remuneración media segregada por categoría profesional y por sexo en H&M España en 2022. Para la remuneración promedio del **personal de venta y distribución**, se ha tenido en cuenta el salario bruto anual proyectado a 40 horas y dos variables, consideradas las más representativas: el Plus Festivo/Domingo y el plus por nocturnidad. En el caso del **personal de oficina**, la remuneración promedio se ha calculado teniendo en cuenta todos los conceptos variables de remuneración para ofrecer más representatividad, lo que incluye los bonus, los incentivos, los pluses por nocturnidad y festivos, los complementos por traslado de familia o transporte y la cesta de navidad, entre otros.

Tabla 22. Remuneración promedio segregada por categoría y sexo (euros)

			2022	2021
CATEGORÍA PROFESIONAL	Altos directivos	Hombre	66.025	59.186
		Mujer	59.401	54.414
		TOTAL	61.685	55.895
	Ingenieros y técnicos	Hombre	45.452	41.797
		Mujer	48.747	42.728
		TOTAL	47.765	42.464
	Administrativos	Hombre	27.382	27.943
		Mujer	30.030	28.538
		TOTAL	29.853	28.521
	Personal de venta y distribución	Hombre	20.476	19.779
		Mujer	19.465	18.961
		TOTAL	19.632	19.098

Por otro lado, en la siguiente tabla se muestra la remuneración media de los directivos desagregada por sexo, teniendo en cuenta todas las siguientes variables: coche, seguro médico y plan de pensiones.

Tabla 23. Remuneración media, incluyendo todos los conceptos, de los directivos segregada por sexo (euros)

		2022	2021
SEXO	Hombre	69.138	62.411
	Mujer	61.338	56.470

En este sentido, cabe destacar que H&M no tiene consejeros en España, ya que estos se encuentran en la sede central de Suecia.

Brecha salarial

Se define como brecha salarial de género el hecho de que las mujeres cobren salarios inferiores a los hombres por realizar trabajos de igual valor. En este sentido, las diferencias salariales se calculan de la siguiente manera:

$$\text{Diferencia salarial} = \frac{\text{Retribución hombres} - \text{Retribución mujeres}}{\text{Retribución hombres}}$$

El resultado, expresado en porcentaje, se interpreta de la siguiente manera:

- Valor > 0%: significa que las mujeres cobran menos que los hombres, dado que la retribución de los hombres se toma como referencia.
- Valor = 0%: significa que las mujeres cobran igual que los hombres.
- Valor < 0%: significa que las mujeres cobran más que los hombres.

En este sentido, H&M España cuenta con una única banda salarial para toda la compañía, en función del puesto/categoría profesional y sin distinción de género.

En la siguiente tabla se muestra la brecha salarial para H&M España en el ejercicio 2022, total y segregada por categoría profesional¹⁰.

Tabla 24. Brecha salarial total y segregada por categoría profesional

		2022	2021
CATEGORÍA PROFESIONAL	Altos directivos	10,0%	8,1%
	Ingenieros y técnicos	-7,2%	-2,2%
	Administrativos	-9,7%	-2,1%
	Personal de venta y distribución	4,9%	4,1%
TOTAL		10,3%	7,3%

¹⁰ Como referencia, en 2021 la brecha salarial por hora en España en el sector del Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas, presentó una brecha del 15,7% según datos del INE de 2020.

Empleados con discapacidad

En la siguiente tabla se muestra el número de empleados con discapacidad en H&M España en 2022.

Tabla 25. Número de empleados con discapacidad

		2022	2021
SEXO	Hombre	12	11
	Mujer	22	21
TOTAL		34	32

En la actualidad hay 34 personas con discapacidad de las 93,1 estipuladas para cubrir el porcentaje del 2% según la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. No obstante, el número restante se complementa mediante un contrato de prestación de servicios con los siguientes centros especiales de empleo: EULEN, Prodis – Market Experience, ESCID (grupo SIFU), Selecta (Nordis) Social Coffee, Inserta, Laborplus, Disclean, Ilunion CEE Limpieza y medioambiente, Integra MGSICEO Illes Balears, Integra MGSI CEE SL y El Viver de Bell Lloc (La Tavella).

5.4. Organización del trabajo

H&M España tiene establecidos diversos beneficios sociales y medidas de conciliación, recogido en su **Manual del Empleado**, como son las siguientes:

- FB
- Mejoras en el número de días de vacaciones al año.
 - Aumento del tiempo de excedencia para el cuidado de familiares dependientes.
 - Reducción de jornada y/o adaptación de ésta por estudios.
 - Tarjeta regalo de 200 euros por nacimiento de hijo/a.
- HA

Además, en marzo del 2022 la compañía ha actualizado todos los beneficios que ofrece de forma digital y sencilla en sus canales internos PAPP y Portal del Empleado.

También se dispone de una serie de políticas relacionadas con la organización del trabajo:



- Política global de Relaciones Laborales.
- Política global de Compensación y Beneficios.
- Política de Trabajo Flexible.

La **Política global de Relaciones Laborales** se encuentra en línea con el principio de trabajo tal y como lo define la OIT, comprometiéndose con la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.

Por otro lado, el Grupo H&M tiene también un programa de reconocimiento HIP (**Programa de Incentivos de H&M**) del que pueden formar parte los empleados que lleven más de 5 años en el Grupo, que se encuentra indicado en su **Política Global de Compensación y Beneficios**.

Asimismo, durante el 2022 se ha llevado a cabo la actualización de los **nuevos regalos de aniversario** en base a la política de aniversarios, en base a las sugerencias recibidas por parte de los empleados. Por otro lado, al igual que en 2021 se ha mantenido un proveedor con el que es posible que cada empleado personalice su lote de navidad en función a sus gustos, a través de una experiencia sencilla, digital y a la carta.



Respecto a los horarios, en H&M España los establece el responsable de cada tienda, adaptándolos a los horarios comerciales de cada Comunidad Autónoma. Los horarios están disponibles en el panel informativo de la zona de personal (más información en el apartado 5.6. Relaciones Sociales). Además, en el **Manual del Empleado**, se encuentran los siguientes puntos en cuanto al horario laboral:

Manual del Empleado – Horario Laboral

Puntualidad

Cuando tengas un horario de trabajo seas empleado/a de tienda, logística u oficinas, esperamos que llegues al trabajo a tu hora.

Es tu responsabilidad fichar de manera personal e intransferible al entrar y salir de tu turno, y antes y después de la pausa para la comida, así como el uso correcto del sistema.

Horarios

Tu responsable preparará tus horarios y te los notificará con 4 semanas de antelación. Los horarios estarán disponibles en el panel informativo de la zona de personal.

Asegúrate de estar en tu puesto de trabajo a la hora planificada que tienes tiempo de dejar tus pertenencias antes de entrar a trabajar y de prepararte para representar a H&M.

Comidas y pausas

Es importante que hagas pausas durante tu jornada laboral para descansar y relajarte. A partir de las 5 horas de trabajo tienes derecho a una pausa de 15 minutos, que la Compañía considera como tiempo de trabajo efectivo. Además, si trabajas a jornada completa, tienes derecho a una hora para la pausa de la comida que, con el objetivo de facilitar la conciliación laboral, desde el 1 de febrero de 2022, puede recudirse voluntariamente a 30 minutos o no realizarse si así de desea. Consulta con un responsable las pausas y horas de comida que te corresponden según tu jornada laboral y la política de la Compañía.

Además, con el objetivo de mejorar la eficiencia laboral en beneficio de la conciliación de la vida laboral y personal, se ha aprobado en 2022 la **Política de Trabajo Flexible** para personal de oficina, con el objetivo de introducir directrices de teletrabajo, para aportar mayor flexibilidad a las personas trabajadoras y contribuir a la mejora del equilibrio entre la vida familiar y laboral. Esta política entró en vigor el 1 de septiembre de 2022 y será efectiva hasta el 1 de septiembre de 2023, con posibilidad de ser prorrogada por periodos

de un año. El teletrabajo será de carácter voluntario y reversible, y se garantizará la igualdad de derechos y deberes entre las personas trabajadoras que teletrabajan en relación con los que realizan la totalidad de la jornada laboral de forma presencial.

En cuanto a la **Política de Desconexión Digital**, esta establece que H&M España se compromete a garantizar el derecho a la desconexión digital, como medida para favorecer el equilibrio entre la vida laboral, personal y familiar. En este sentido, establece un listado de buenas prácticas que se detalla a continuación:

Política de desconexión digital en el ámbito laboral

1. Desactivar las notificaciones de recepción de nuevos mensajes de correo electrónico.
2. Utilizar funciones específicas de envío de correos electrónicos.

De manera prioritaria, los mensajes deben enviarse durante las horas habituales de trabajo. En el caso de que los trabajadores/as tengan que conectarse fuera de estas horas, se recomienda que los mensajes se preparen en el modo de borrador, sin conexión o que se utilice el sistema de envío diferido.

Si el empleado/a necesita enviar el correo fuera de las horas habituales de trabajo, deberá indicar que el mismo no requiere una respuesta inmediata. En caso de urgencia, debe priorizarse la llamada telefónica.

3. Utilizar mensajes de ausencia.

Cuando un empleado/a vaya a estar ausente del trabajo, estará previsto un mensaje automático de ausencia indicando una dirección alternativa de contacto, así como las fechas de ausencia. La dirección de dicho contacto alternativo será el primer punto de contacto en caso de urgencia.

4. Priorizar el uso de llamadas telefónicas frente al envío de correos electrónicos en casos de urgencia.

Para evitar la consulta de la bandeja de entrada de los correos electrónicos fuera de la jornada laboral, en caso de urgencia se priorizará el contacto telefónico.

Por otro lado, en cuanto a las horas de ausencia en el puesto de trabajo de H&M España para el ejercicio 2022 se contabilizan las siguientes, por los siguientes motivos:

Tabla 26. Número de horas de ausencia

		2022	2021
TIPO	Accidente	12.121	8.595
	Enfermedad común	1.034.200	781.938
	Suspensión del contrato de trabajo por nacimiento de hijo, adopción, guarda con fines de adopción o acogimiento	85.566	74.143
TOTAL		1.131.887	864.676



Figura 9 Porcentaje de las horas de absentismo según tipología en 2022

5.5. Salud y seguridad

La seguridad y salud laboral es un aspecto prioritario para H&M España. En este sentido, se asegura que, en el desarrollo de sus actividades comerciales, no se vulnere ninguno de los derechos de los trabajadores, incluidas la seguridad y salud laboral.

Por ello, la empresa dispone de la documentación siguiente:



- Política sobre salud y seguridad.
- Manual de acogida de trabajadores/as de tiendas del grupo H&M (SGPRL).
- Manual de Tienda (SGPRL).
- Política sobre alcohol y drogas.
- Política sobre VIH y SIDA.
- Plan de Actuación y Contingencia frente al Coronavirus COVID-19.

En la **Política sobre salud y seguridad de H&M**, la empresa se compromete a crear y mantener entornos laborales saludables, seguros y sostenibles en todas sus operaciones. La política se expone en todas sus tiendas en lugares visibles de zona de personal, se firma por parte de los store managers de cada tienda y por el responsable de país, y es auditada anualmente en las auditorías de seguridad.

En cuanto a la gestión operativa de la seguridad y la salud, H&M España dispone de un Departamento de Seguridad y Salud que se compone de un Servicio de Prevención Propio. A mediados de 2022 incrementó en número de miembros, siendo actualmente 4 miembros. Se trabaja de manera *crossfunctional* con la nueva figura del Security auditor (anteriormente área de seguridad).

Servicio de Prevención y Gestión de Riesgos de H&M España

El Servicio de Prevención Propio de H&M España está establecido de acuerdo con la ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales. Tiene por objeto promover un elevado grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores/as en todas las actividades laborales, para garantizar la seguridad y la salud de las personas en el trabajo, así como la seguridad de los bienes. Se establecen los mínimos legales y las implementaciones necesarias para realizar una mejora continua del sistema, esforzándose para alcanzar la excelencia en todos los ámbitos que componen la seguridad y la salud en la compañía.

Servicio de Prevención y Gestión de Riesgos de H&M España

Los *Store Managers* de tienda son una figura clave en la implementación del sistema de gestión de riesgos laborales. Estos reciben una formación específica para tener los conocimientos adecuados para desarrollar las tareas de supervisión y cumplimiento del Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales. Entre otras funciones, se encargan de realizar una supervisión mensual para verificar el correcto estado de las instalaciones y sistemas de alarma y extinción de incendios, CCTV, puertas de evacuación y otros sistemas de seguridad, velando de esta forma por la seguridad y salud de los empleados y clientes de los centros que dirigen.

En el marco del SGPRL, se entrega el **Manual de acogida de trabajadores en tiendas** a todas las nuevas incorporaciones, así como a los compañeros que vuelven de bajas prolongadas y a los que cambian de puesto de trabajo. En este documento pueden encontrar las consignas básicas de información para tener en cuenta sobre la prevención de riesgos laborales. Asimismo, se realiza una formación online en PRL a todas las nuevas contrataciones.

Por otro lado, en todas las tiendas puede encontrarse impreso el **Manual de tienda**, donde se recogen objetivos y procedimientos de trabajo en base al sistema de gestión de prevención de riesgos laborales, la política, la organización, la vigilancia de la salud, consulta y participación de los trabajadores, preparación y respuesta ante emergencias, evaluación de riesgos y planificación de la actividad preventiva, inspecciones, mantenimientos, revisión del sistema y aplicación de convenios colectivos. Además, para garantizar la seguridad de sus trabajadores y clientes, H&M España se asegura de que en cada tienda existan como mínimos 3 personas con formación específica en primeros auxilios y en incendios.

En este contexto, los riesgos identificados para los trabajadores de H&M España en materia de seguridad y salud son los siguientes:

Riesgos identificados

- Caída de personas al mismo nivel.
- Caída de personas a distinto nivel.
- Caída de objetos desprendidos o por desplome.
- Caída de objetos en manipulación.
- Choques contra objetos inmóviles.
- Seísmos.
- Exposición a radiaciones.
- Exposición al ruido.
- Seguridad por cuestiones de higiene.

Riesgos identificados

- Golpes por objetos o herramientas.
- Cortes y pinchazos.
- Pisadas de objetos.
- Contactos eléctricos.
- Fatiga postural (trabajos de pie).
- Riesgos ergonómicos.
- Quemaduras.
- Riesgo psicosocial.
- Acoso en el trabajo.
- Agresiones.
- Accidentes en misión y/o itinerantes.
- Incendios.
- Atentados terroristas.

Riesgos específicos para el personal de oficina

- Fatiga postural (Trabajo sentado).
- Fatiga visual.
- Trabajos con PVD.

Riesgos específicos de los Visual Merchandisers, único personal autorizado para usar la sierra de calar:

- Proyección de fragmentos o partículas.

En lo que respecta a otras políticas relacionadas con riesgos, el Grupo H&M tiene una **Política sobre alcohol y drogas**, para proporcionar un ambiente sobrio y libre de drogas, donde se prohíbe el uso de dichas sustancias en el lugar de trabajo. El Grupo H&M también cuenta con una **Política global sobre VIH y SIDA**, donde, además de comprometerse a una ausencia de discriminación, el Grupo pretende contribuir a la prevención de nuevas infecciones por el VIH en los países donde trabaja.

En 2021 H&M España realizó a la auditoría legal de Prevención que deben realizar cada 4 años todas las empresas con servicio de Prevención Propio. Dicha auditoría la llevó a cabo la empresa Full Audit, mediante la revisión del Sistema de Gestión de Prevención en algunas tiendas que fueron objeto de muestreo. El resultado de esta auditoría fue positivo y H&M España pasó la revisión con No conformidades.

En conclusión, el sistema de prevención de H&M España está alineado con la estrategia del Grupo H&M, que, en su **Compromiso de Sostenibilidad**, establece los siguientes objetivos con relación a salud y seguridad para sus proveedores, basados en las convenciones 155 y 183 de la OIT, y las recomendaciones 164 y 191:

Compromiso de Sostenibilidad

Fundamental: La seguridad en el lugar de trabajo y la salud y seguridad de los empleados deben ser una prioridad en todo momento y se debe proporcionar un ambiente de trabajo seguro e higiénico. Como mínimo, esto significa:

- Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.
- No hay edificios inseguros.
- No hay exposición insegura a máquinas, equipos y / o sustancias peligrosas.
- La seguridad contra incendios se mantendrá a través de equipos adecuados y condiciones de las instalaciones, entrenamiento regular de extinción de incendios y simulacros de evacuación y prevención de riesgos de incendio.
- Hay acceso a agua potable y servicios sanitarios. Se proporciona ventilación y temperatura adecuadas.
- El alojamiento/vivienda, cuando se proporciona, debe estar separado del lugar de trabajo y está sujeto a todos los requisitos fundamentales anteriores relacionados con la salud y la seguridad.
- Prevención de accidentes y lesiones a la salud que ocurren o se asocian al curso del trabajo y los empleados reciben capacitación regular y registrada sobre salud y seguridad.
- Adaptar razonablemente las necesidades de las trabajadoras embarazadas.

Aspiracional: el empleador promueve y trabaja activamente para garantizar la seguridad a largo plazo, la buena salud y el bienestar de los empleados que aplican una perspectiva de género y buenas prácticas, especialmente a las trabajadoras embarazadas.

Órganos de consulta y participación

En el marco del Sistema de Gestión y Prevención de Riesgos Laborales, H&M España dispone de órganos de consulta y participación de los trabajadores, con la formación de Comités de Seguridad y Salud, en los cuales también participan representantes de la empresa. En aquellos centros que no superan los 50 empleados y decidan disponer de

representación legal de los trabajadores, se cuenta con un Delegado de Prevención. En 2022 se planificaron 4 reuniones con los Comités de Seguridad y Salud, dejando reflejado en acta los puntos a nivel de seguridad y salud para mejorar la seguridad y la salud de las personas. Estos comités también trabajan de manera *crossfunctional* con los departamentos afectados (*facility managers*, sostenibilidad, Recursos humanos, etc.)

Medidas destacadas en seguridad y salud

En el contexto de mejora continua del sistema de gestión de la seguridad y la salud de los trabajadores de la compañía, en 2022 se han llevado a cabo las siguientes medidas:

- Se ha realizado la evaluación de riesgos de los equipos automáticos instalados en 2022 para la recogida de pedidos online en varias tiendas del país. Mediante estas taquillas, los clientes o trabajadores pueden acceder a sus pedidos online sin ayuda del personal de tienda, y sin esperar colas.
- Se ha realizado la evaluación de riesgos antes del cambio de oficinas centrales de la calle Canuda a la Calle Pallars.
- Se ha realizado un estudio ergonómico para Canarias por tener unas características especiales al recibir la mercancía en cajas de cartón, donde se han buscado soluciones a las condiciones de trabajo sobre todo enfocado en la manipulación de carga por estas circunstancias excepcionales.
- Se ha seguido con el Protocolo establecido para la Semana Santa en una tienda de Sevilla ubicada en el centro de la ciudad, que se encuentra en unas circunstancias excepcionales debido su cercanía de la carrera oficial por donde circulan de manera obligada todas las hermandades. Se creó este protocolo para asegurar las medidas en caso de emergencia, y asegurar la evacuación del equipo en condiciones seguras.
- Se ha evaluado la tarea que se lleva a cabo en algunas tiendas del país, donde se preparan los pedidos solicitados por clientes a nivel online directamente desde tiendas, ahorrando tiempo a sus clientes por la cercanía del producto, y costes a la empresa a nivel de transporte.
- Se ha establecido un nuevo Procedimiento de recogida de ropa usada para las tiendas de COS, adaptando el procedimiento que ya existía para las tiendas de H&M a las particularidades de la marca.
- Se ha seguido trabajando en el proyecto de digitalización iniciado en 2019, con tal se asegurar el cumplimiento legal en materia documental de los trabajadores de H&M España.

A nivel formativo, este año se ha habilitado una formación in itinere en la plataforma Grow disponible para todos los empleados. Es una formación que consta de información sobre la seguridad vial y donde se indican consignas a tener en cuenta para prevenir la accidentabilidad in itinere.

Asimismo, se han implementado una serie de medidas adicionales, promovidas por el departamento de Recursos Humanos, destinadas a garantizar el bienestar físico de los empleados, como actividades wellness en oficinas (fisioterapeutas, actividades de alta intensidad (HIT) y yoga).

Proyecto Stimulus



Con el objetivo de cuidar de su plantilla, H&M España en 2021 implementó el Proyecto Stimulus, un completo programa de atención al empleado en colaboración con la empresa Stimulus. Se trata de un servicio totalmente gratuito, personal y confidencial que tiene como objetivo ayudar a mejorar el bienestar y la

conciliación entre la vida laboral y personal. Este proyecto se ha mantenido durante todo el 2022, al cual se han inscrito más de 150 empleados a lo largo del año, y cubre los aspectos que se detallan a continuación:

Asesoramiento Jurídico y Legal:

- Leyes familiares y matrimoniales.
- Declaración de la Renta.
- Problemas del consumidor.
- Seguros.
- Testamentos.
- Infracciones de tráfico.
- Acuerdos de crédito.
- Conflictos con las autoridades locales.

Asesoramiento Work-Life:

- Búsqueda de canguros
- Búsqueda de fisioterapeutas
- Búsqueda de Centros para Mayores
- Búsqueda de servicios de fontanería
- Apoyaría a la búsqueda de cualquier tipo de servicio

Asesoramiento Financiero:

- Problemas de impuestos personales
- Decisiones de compra/alquiler
- Asesoramiento sobre hipotecas
- Asesoramiento de deudas
- Planificación financiera
- Asesoramiento sobre préstamos y descubiertos

Indicadores de accidentabilidad

En referencia a los accidentes con baja laboral sufridos por los trabajadores de H&M España en su centro de trabajo, se han producido un total de **44 accidentes con baja**, lo que supone un ligero aumento en comparación con el año anterior, tal como se puede consultar en la siguiente tabla. Esto se debe al hecho de recuperar la actividad económica y en tiendas a niveles prepandémicos. De todas formas, dicho incremento es poco significativo.

Tabla 27. Accidentes de trabajo por sexo

		2022	2021
SEXO	Hombre	6	15
	Mujer	38	25
TOTAL		44	40

En referencia a los accidentes de trabajo *in itinere* sufridos por los trabajadores de H&M España, estos se muestran en la tabla siguiente. En comparación con 2021, se ha producido un descenso a causa de la medida preventiva instaurada en 2022 de formación sobre seguridad vial, impartida a través de la plataforma interna GROW.

Tabla 28. Accidentes de trabajo *in itinere* por sexo

		2022	2021
SEXO	Hombre	7	8
	Mujer	36	47
TOTAL		43	55

Asimismo, en lo que respecta a la Tasa de Frecuencia de Accidentes (TFA) por sexo, es decir, el número de accidentes con baja ocurridos durante la jornada de trabajo (excluyendo los *in itinere*) por cada millón de horas trabajadas segregado por género, se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 29. Tasa de frecuencia (TFA) de accidentes por sexo

		2022	2021 ¹¹
SEXO	Hombre	7,58	16,25
	Mujer	11,22	6,10

¹¹ Se han actualizado los datos de 2021 en base a un cambio de criterio para el cálculo de las tasas en el número promedio de personas. Con el nuevo criterio, el total de personas utilizado para las tasas es calculado a razón de jornadas equivalentes.

Por último, la tasa de gravedad, es decir, el número de jornadas perdidas por cada mil horas trabajadas se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 30. Tasa de gravedad por sexo

		2022	2021 ^{II}
SEXO	Hombre	0,47	0,50
	Mujer	0,67	0,51

Asimismo, cabe apuntar que en 2022 se han realizado investigaciones de tres posibles casos de enfermedad profesional siendo ambos finalmente negativos. Por otro lado, en 2021 no hubo enfermedades profesionales en H&M España.

5.6. Relaciones sociales

H&M España cuenta con un **Portal del Empleado** como herramienta de comunicación interna, donde cada miembro de la plantilla puede acceder de una forma rápida y sencilla a su información personal y laboral, con un nombre de usuario y su contraseña. En éste, se puede encontrar información como:

- Datos personales.
- Documentos relacionados con la nómina, IRPF y contratos de trabajo.
- Información de H&M: Manual del empleado, ventajas de los empleados, políticas de la compañía.
- RRHH: portal de formación e información referente al programa de incentivos.

Además, en 2022 H&M ha incorporado las siguientes novedades:

- Se ha digitalizado el portal de anuncios de recursos humanos a través de la plataforma interna *Backstage*, donde los equipos pueden acceder a toda la información relevante, también se ha creado un espacio donde los equipos, mensualmente, pueden compartir sus iniciativas.
- Se han asignado espacios de conversación y participación entre el equipo de la oficina y RRHH en los que se abordan aspectos relevantes relacionados con el desarrollo del bienestar y la I&D, llamados *PEP OPEN DAY*.
- Se ha creado una plataforma, relativa a RRHH, donde se proporciona atención personalizada e individualizada a todo el equipo de la oficina, esta atención se basa en tres áreas principales: planes de carrera, formación y acompañamiento emocional mediante el coaching.



DIGITALIZACIÓN
CORCHO HR



¡INSPIRATE!

Por otra parte, se ha implementado la iniciativa *U&U*, donde se realizan entrevistas y otras actividades para dar visibilidad y celebrar la variedad de culturas y roles dentro de H&M, así como la posibilidad de inspirar a otros compañeros/as con auténticos ejemplos de compromiso y empoderamiento en su día a día

Todas estas iniciativas son difundidas a través de los canales internos de la compañía.

Asimismo, desde 2021 H&M España dispone de dos herramientas adicionales para la comunicación con sus empleados.

- En primer lugar, se creó la plataforma *SmartRecruiters*, a través de la cual la plantilla de la compañía puede consultar, acceder y aplicar a todas las vacantes de H&M nacionales e internacionales de una forma más eficiente y rápida.



- También se incluyó en el Portal del Empleado una nueva sección denominada “Cuéntanos más sobre ti” en la que los empleados pueden incluir y actualizar la información relativa a su currículum (formación, experiencia, idiomas...). De esta manera, H&M España busca facilitar la promoción interna.



Por otro lado, H&M España cuenta con una **Política de resolución de conflictos**, en la que establece que los problemas serán solucionados de forma local en la medida de lo posible. Si a través de procedimientos locales no se puede, cualquier empleado puede ponerse en contacto con el punto global para obtener apoyo. Se dispone también de una **Política sobre el uso de las redes sociales**, en la que se indica un uso apropiado de las redes sociales por los trabajadores en relación con la empresa, con objeto que la marca no se vea afectada.

Convenios colectivos y representantes de los trabajadores

En cuanto a los convenios colectivos, el 100% de los empleados de H&M España está cubierto por los convenios colectivos del **sector de comercio textil o comercio en general**, correspondientes a las provincias donde operan.

En el balance de los convenios colectivos que cubren a los trabajadores de H&M España, se ha identificado información relevante acerca de seguridad y salud. Por ejemplo, el Convenio Colectivo de Sector de Comercio Textil de Madrid, que es extrapolable al resto de las provincias donde opera H&M España, incluye información acerca de seguridad y salud. Así, en concreto, en su capítulo 10 establece obligaciones de los empresarios y de los trabajadores en materia de prevención de riesgos. Las obligaciones de los empresarios son aplicar las medidas de Prevención de Riesgos Laborales con arreglo a evitar los riesgos, evaluar los riesgos que no se puedan evitar, combatirlos en su origen, entre otros. También incluye, a través de las Mutuas Patronales, efectuar a todos los trabajadores un reconocimiento anual voluntario. En cuanto a las obligaciones de los trabajadores, corresponde a cada trabajador velar, según sus posibilidades y mediante el cumplimiento

de las medidas de prevención que en cada caso sean adoptadas, por su propia seguridad y salud en el trabajo, y por la de aquellas otras personas a las que pueda afectar su actividad profesional.

5.7. Formación

El Grupo H&M cuenta con formación en diferentes ámbitos para los distintos puestos de trabajo, pudiendo acceder a través de la **Plataforma GROW**, que se encuentra en el Portal del Empleado (descrita en el apartado 5.6. Relaciones Sociales). En esta plataforma online



se pueden encontrar todas las formaciones disponibles y el registro de las formaciones personales de cada empleado. Siempre que es posible, también se apoya la promoción interna. El tipo de contrato especifica la duración del periodo de formación. Durante ese tiempo, se asigna un

padrino/madrina de apoyo y ayuda en la formación.

En el último trimestre de 2022, a través de esta plataforma formativa, todos los empleados que no hayan recibido de H&M la formación *Unconscious Bias at Work* la realizarán en ese trimestre. Esta formación trata sobre los sesgos cognitivos que todos tenemos, cómo pueden manifestarse en nuestros comportamientos y cómo pueden afectar a nuestro entorno social. Gracias a esta formación, la plantilla puede reflexionar sobre cómo estos sesgos afectan a la inclusión efectiva y real de la diversidad y como superarlos.

Además, también está previsto que SOs, Area Teams & Store Managers participen en el workshop digital Layers, que tiene como propósito mejorar la concienciación sobre la Inclusión y la Diversidad, y dar a los participantes herramientas para utilizar en su trabajo diario.

Por otro lado, H&M España proporciona una **formación obligatoria en PRL** para todos los empleados de nueva incorporación y para aquellos que hace más de 5 años que realizaron la última formación. Asimismo, se realizan formaciones de inglés para los empleados de oficinas, adaptando el nivel al conocimiento de cada persona.

En la siguiente tabla se pueden consultar las horas de formación realizadas en H&M España en 2022.

Tabla 31. Cantidad de horas de formación realizadas por H&M España

		2022	2021
CATEGORÍA PROFESIONAL	Altos directivos	573	356
	Ingenieros y técnicos	3.509	1.507
	Administrativos	0	0
	Personal de venta y distribución	35.670	8.920
TOTAL		39.752	10.783

Como se puede observar, las horas de formación aumentaron para 2022, principalmente debido a la vuelta a la normalidad tras la pandemia por COVID-19, ya que la mayoría de las formaciones se realizaban de forma presencial al personal de venta y distribución, y en determinados periodos de 2021 los centros de trabajo se encontraban con limitaciones para su apertura.

5.8. Igualdad

Las políticas relativas a la igualdad entre los trabajadores y trabajadoras del Grupo H&M son las siguientes:



- Política de igualdad y no discriminación.
- Política sobre el VIH y SIDA.
- Protocolo de acoso moral.
- Protocolo de acoso sexual.
- Plan de igualdad entre mujeres y hombres.

En H&M España todos los empleados son iguales. De acuerdo con su **Política de igualdad y no discriminación**:

Política de igualdad y no discriminación

Todos los empleados y clientes de H&M tienen derecho a ser tratados con respeto, por lo tanto, discriminación, prejuicio, trato ofensivo o abusivo, acoso o represalias por parte de directivos o empleados no será tolerado.

En el caso de la **Política sobre el VIH y SIDA**, se comprometen a una ausencia de discriminación en los procesos de selección de personal y durante el empleo, así como a la igualdad de oportunidades profesionales.

En cuanto a los **protocolos de acoso moral y acoso sexual**, se establecen para que haya un entorno de trabajo libre y seguro para los trabajadores, libre de violencia física y psicológica, en la que todos los trabajadores sean tratados por igual. Existe un canal para denunciar casos de acoso y pedir la apertura de un procedimiento por parte del trabajador que considere que está viviendo o es testigo de una situación de acoso.

H&M España también cuenta con un **Plan de Igualdad entre mujeres y hombres**, que se estructura en base a los siguientes objetivos:

Plan de igualdad entre mujeres y hombres de H&M España

Objetivos generales

- Garantizar la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en el acceso, la selección, la contratación, la promoción y la formación.
- Potenciar el desarrollo profesional de los hombres y mujeres.
- Sensibilizar a la plantilla para avanzar en la corresponsabilidad.
- Aplicar la perspectiva de género a todas las áreas, políticas y decisiones de la empresa (transversalidad de género).
- Garantizar la no discriminación salarial por razón de sexo.

19 objetivos específicos, articulados en los siguientes ámbitos

- Acceso a la empresa.
- Contratación.
- Promoción.
- Formación.
- Retribución.
- Conciliación de la vida personal, familiar y laboral.
- Salud Laboral.

H&M está en proceso de negociación de un nuevo Plan de Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

5.9. Accesibilidad de personas con discapacidad

En H&M España se promueve la integración de personas con diferentes tipos y grados de discapacidad. El Grupo H&M rechaza cualquier tipo de discriminación por razón de discapacidad, fomentando el principio de igualdad en el trato de todos sus empleados y empleadas, tal y como se indica en la **Política contra el acoso y la discriminación**.

Asimismo, desde 2021 se está trabajando con un proveedor de cestas de Navidad (para más información ver el apartado 5.5. Organización del trabajo) que colabora con el Centro Especial de Empleo local.

6. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

6.1. Políticas en materia de respeto de los derechos humanos

El enfoque del Grupo H&M sobre los derechos humanos se basa en los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos y el reconocimiento de que mientras los estados tienen el deber de proteger los derechos humanos, las empresas tienen la responsabilidad de respetarlos. La política se centra en la Declaración sobre los Derechos Humanos descrita debajo y es aplicable para todas las entidades dentro del Grupo H&M. En este contexto, la política internacional sobre la diversidad, la inclusión y la igualdad también se tiene en cuenta en materia de respeto de los derechos humanos.



- Política de derechos humanos del Grupo H&M.
- Política internacional sobre la diversidad, la inclusión y la igualdad.

En la política de derechos humanos, publicada en noviembre de 2012, se hace la siguiente **Declaración sobre los Derechos Humanos**:

Política de derechos humanos del Grupo H&M

Respetar los derechos humanos es una parte fundamental de la responsabilidad de H&M como empresa y es vital operar nuestro negocio de forma sostenible. H&M se compromete a respetar los derechos humanos fundamentales en nuestras operaciones, nuestra cadena de valor y en las comunidades en las cuales operamos. Buscamos evitar la complicidad en los abusos de los derechos humanos y utilizar nuestra influencia para promover su cumplimiento. Nuestro compromiso de operar respetando los derechos humanos se refleja en todos los aspectos de las operaciones de H&M y se integra en las políticas y procedimientos relevantes de nuestra empresa.

Política de derechos humanos del Grupo H&M (continuación)

Nuestro objetivo es identificar, evaluar y gestionar el impacto en los derechos humanos que tienen nuestras actividades empresariales en base al contexto operacional, a nuestra influencia y a nuestras relaciones empresariales.

H&M se centra en los derechos humanos definidos en la Declaración Universal sobre los Derechos Humanos y sus dos cláusulas correspondientes, la Cláusula Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos y la Cláusula Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

Adicionalmente, también nos enfocamos en los derechos de niños y mujeres remarcados en la Convención de las Naciones Unidas sobre la Infancia y en la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de la Discriminación contra las Mujeres.

El enfoque que toma H&M respecto a sus operaciones empresariales se basa en la Declaración sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo, en los Derechos y Principios Empresariales de los Niños, en las Directrices para las Empresas Multinacionales de la OECD y en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, a los cuales estamos suscritos.

En estas políticas, también se establecen ciertas prioridades respecto los derechos humanos, siendo los más relevantes:

- Condiciones laborales en toda la cadena de valor, debido a la naturaleza de su negocio.
- Derechos de las mujeres.
- Derecho a tener acceso al agua.

El Grupo H&M también está comprometido con la comunicación del desempeño en cuanto a derechos humanos, mediante el informe anual de sostenibilidad global. Además, el fomento de la concienciación sobre los derechos humanos es un aspecto que se integra y desarrolla en la formación, siendo implementado en programas de formación para todos los empleados, así como con sus proveedores.

En cuanto a la implementación de las políticas sobre derechos humanos, los esfuerzos se focalizan en los aspectos y relaciones en los cuales se tiene un mayor grado de control e influencia:

- **Empleados:** para asegurar la prevención de potenciales abusos, se cuenta con un procedimiento de quejas aplicable a toda la organización. Cualquier empleado con preocupaciones relacionadas con el impacto sobre los derechos humanos de las

actividades de H&M puede comunicarlas a través del Procedimiento de Queja interno.

- **Proveedores:** el compromiso se manifiesta a través de su **Código Ético** y se gestiona mediante procedimientos aplicables de seguimiento. Se usan herramientas de evaluación de riesgos e impacto sobre derechos humanos para identificar asuntos actuales y potenciales relacionados con derechos humanos. Las acciones para gestionar los riesgos e impactos sobre los derechos humanos son guiadas y llevadas a cabo a través del diálogo y la colaboración con socios y accionistas relevantes, con el apoyo de su programa de auditorías y prevención y la Política de Inversión en la Comunidad. Por otro lado, además de la Declaración sobre Derechos Humanos y el Código Ético, se cuenta con una serie de políticas en cuanto a sus proveedores, en las que se incluye el **Compromiso de Sostenibilidad, Políticas sobre Trabajo Infantil y unas pautas para reclutamiento justo de trabajadores migrantes**.
- **Clientes:** el Grupo H&M se enfoca principalmente en las siguientes áreas: respetar la privacidad de sus clientes, por ejemplo, guardando de forma segura todos sus datos personales, tal como se indica en la Política de Privacidad; y centrándose en evitar cualquier tipo de discriminación contra los clientes, tal como se indica en su Política de Igualdad. Adicionalmente, el marketing se lleva a cabo respetando los distintos puntos de vista, intentando no comunicar ningún ideal específico, sino un rango de estilos, actitudes y etnias. Asimismo, para asegurar que la comunicación, el marketing y el diseño de productos no tienen efectos negativos en los derechos de los niños, H&M tiene directrices especiales para la publicidad sobre conceptos infantiles y presta especial atención en la seguridad infantil en todas las fases de producción.

Por otro lado, en la **política internacional sobre la diversidad, la inclusión y la igualdad**, se constata lo siguiente:

Política internacional sobre la diversidad, la inclusión y la igualdad

Nuestro compromiso

- En el Grupo H&M, la equidad y la igualdad están integradas en todos los procesos de negocio, incluyendo, aunque no exclusivamente, la contratación, promoción, desarrollo, remuneración y finalización del contrato.
- En el Grupo H&M, todas las designaciones de puesto de trabajo se basan en la igualdad de oportunidades, la competencia demostrada y la capacidad para realizar el trabajo.
- Todos los directivos del Grupo H&M trabajan activamente para asegurar la diversidad en los equipos, incluyendo un equilibrio entre ambos sexos.
- Con el fin de incluir a los grupos de personas que, por diversas razones, tienen un acceso limitado al mercado de trabajo, el Grupo H&M facilita las adaptaciones razonables que sean necesarias para permitir el empleo, el desarrollo y la retención.

6.2. Riesgos en materia de respeto de los derechos humanos

Adicionalmente a las herramientas establecidas a través de la Política de Derechos Humanos, cabe tener en cuenta que la mayoría de los proveedores de H&M España son de la Unión Europea, donde se realizan cerca del 100% de las compras, con lo que hay poco riesgo con relación al respeto de los derechos humanos de la organización. Además, H&M tiene políticas que aplican a sus proveedores sobre trabajo infantil y trabajo desde casa, así como el Compromiso de Sostenibilidad, cuyos proveedores están obligados a firmar y en el que constan requisitos en materia de protección de los derechos humanos¹². Por tanto, se considera que presenta poco riesgo, ya que en el territorio donde se desarrolla su actividad prevalece la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos que permiten reducir el riesgo y defender estos derechos.

¹² Para más información sobre las políticas del Grupo H&M sobre derechos humanos, pueden consultar la siguiente página: <https://hmgroup.com/sustainability/fair-and-equal/human-rights/>

6.3. Origen de los proveedores y acreedores

Respecto al origen de los proveedores y acreedores de H&M España con facturación para el año 2022, fue mayoritariamente de la UE, representado por un 99,77%; siendo, a su vez, un 21,66% de estos de origen español, fomentando así la contratación local y garantizando la proporción de servicios y bienes con el menor impacto posible debido al transporte. El 78,11% restante fue procedente de otros países pertenecientes a la Unión Europea, principalmente Suecia, donde se ubica la matriz del Grupo H&M. Por último, respecto al 0,23% restante, el mayor volumen fue procedente de Reino Unido (52,94%), seguido de Estados Unidos (38,28%). En este sentido, en 2021 los proveedores y acreedores también fueron mayoritariamente de la Unión Europea (un 99,78%).

Tabla 32. Origen de los acreedores y proveedores

	2022	2021
España	21,66%	22,48%
Unión Europea (incluyendo España)	99,77%	99,8%
Resto del mundo	0,23%	0,2%

El principal proveedor de H&M España es el Grupo H&M, concretamente la Sociedad ubicada en Suecia que mantiene un almacén en territorio nacional.

Asimismo, durante 2021 y 2022 no se han registrado denuncias relacionadas con la posible vulneración de los Derechos Humanos.

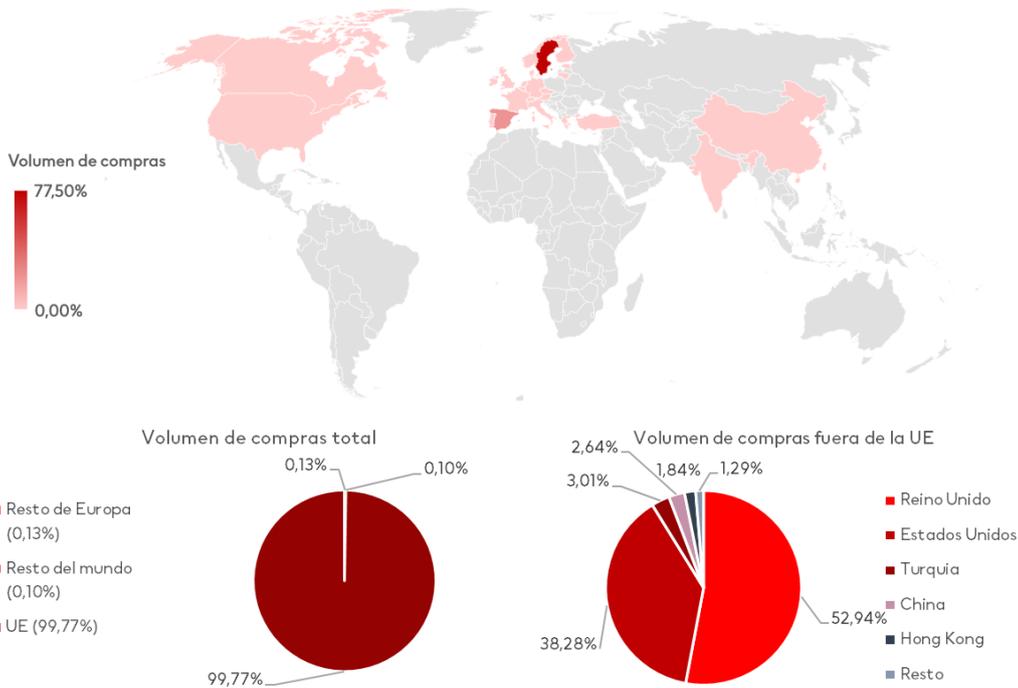


Figura 10 Mapa donde se representa la facturación respecto a los proveedores y acreedores de H&M España en función del origen (arriba) y porcentaje de los mismos respecto al total mundial (abajo izquierda) y total no europeos (abajo derecha) en el ejercicio fiscal 2022.

7. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

7.1. Políticas en materia de lucha contra la corrupción y el soborno

Para H&M España y todas las empresas del Grupo H&M es muy importante que todas las operaciones se realicen con honestidad, transparencia, integridad y conforme a las reglas. Por este motivo, es fundamental garantizar que ni la deshonestidad, ni la deslealtad, ni la corrupción mancillen la buena reputación de H&M. El Código Ético del Grupo H&M contiene directrices de comportamiento en situaciones en las que se representa a la Empresa en un contexto laboral. Asimismo, H&M España dispone también de una guía para la prevención de blanqueo de capitales.



- Código Ético del Grupo H&M
- Política de denuncia de irregularidades
- Guía para la prevención de blanqueo de capitales

Este Código Ético que, según se ha mencionado en apartados anteriores de la presente memoria, es obligatorio para el personal del Grupo H&M y proveedores, hace referencia al soborno y la corrupción, tratos de favor, conflictos de interés e información confidencial.

Tolerancia cero – soborno y corrupción

El Grupo H&M tiene una política de tolerancia cero sobre el soborno y la corrupción. Esta política se aplica a todas las actividades y operaciones empresariales que se lleven a cabo en países en los que operen tanto la Empresa como sus proveedores y socios comerciales. La Empresa no tolera ningún tipo de soborno y se compromete a establecer un riguroso programa de anticorrupción, como este Código Ético. Asimismo, la Empresa está decidida a garantizar el cumplimiento de los objetivos de este Código, por lo que instruirá y formará a todas las partes interesadas para garantizar que conozcan y respeten este Código.

Tolerancia cero – soborno y corrupción (continuación)

De conformidad con este Código Ético, los sobornos incluyen la donación, la promesa, el ofrecimiento, la aceptación, la solicitud o la recepción de ventajas económicas o de otro tipo con la finalidad de que se realice una actividad específica.

No se aceptarán sobornos bajo ninguna circunstancia. Asimismo, se prohíbe practicar el soborno en nombre de la Empresa, norma aplicable tanto en los contactos con empresas privadas como con funcionarios u organizaciones públicas. Tampoco se permiten **los pagos de facilitación** cuando se represente o actúe en nombre de la Empresa.

Las normas señaladas en el Código Ético y en las políticas de H&M determinarán si una acción constituye o no un soborno. No se tendrán en cuenta las prácticas o costumbres locales salvo que la legislación local así lo permita o exija.

Asimismo, los principios en materia de tratos de favor son los siguientes:

Tratos de favor

Solicitar, recibir, aceptar y negociar, ofrecer o dar cualquier tipo de trato de favor a/por parte de proveedores o socios comerciales, contratistas o cualquier otra persona/organizaciones relacionadas con la actividad empresarial de H&M constituye una infracción del Código Ético de H&M. Esta norma es aplicable a actividades nacionales e internacionales, y a todos los negocios realizados.

El término “trato de favor” puede incluir, entre otros: regalos, préstamos, dinero en metálico (en cualquier moneda), comisiones, viajes, servicios, primas, comidas exclusivas, todo tipo de cupones regalo, muestras de productos para uso personal, descuentos en compras privadas, patrocinios, entradas para espectáculos u otros tipos de favores personales.

No se tomará en cuenta si el trato de favor se facilita directamente o a través de un tercero: el receptor incumplirá este Código Ético independientemente de que reciba el trato de favor directamente o a través de un tercero, o de que sea otra persona la verdadera beneficiaria.

Tratos de favor (continuación)

H&M no permite que ningún empleado ni su familia directa ofrezcan, garanticen o acepten préstamos de personas u organizaciones con las que se entra en contacto a través de H&M.

Entretenimiento corporativo y otros eventos

Los empleados de H&M no aceptarán invitaciones a cenas de negocios u otros eventos corporativos con carácter exclusivo, inapropiado, periódico o que tengan lugar en fines de semana o días festivos. En caso de aceptar una invitación, puede que H&M no pueda abonar la parte del empleado o corresponder la hospitalidad en otra ocasión. Los empleados deberán recibir permiso expreso de su mánager antes de aceptar una invitación.

El Grupo H&M no permite la recepción de hospitalidad siempre que dichos acuerdos puedan afectar el resultado de las transacciones comerciales, es decir, cuando el propósito es obtener o retener negocios con el Grupo H&M.

H&M se reserva el derecho de registrar cualquier invitación de este tipo para cumplir con su política de tolerancia cero.

Los principios en materia de conflictos de intereses son los siguientes.

Conflictos de interés

Los conflictos de interés surgen cuando los intereses personales entran en conflicto con los intereses de la Empresa. Como empleado de H&M, se evitará cualquier situación presente o imaginable que pueda dañar la integridad personal y/o poner en riesgo los intereses y/o la reputación de H&M.

Los empleados informarán siempre a la Empresa si mantienen relaciones que no sean de carácter estrictamente comercial con algún colaborador con el que estén en contacto a través de H&M. Asimismo, no negociarán en nombre de la Empresa con familiares y/o personas a las que les unan lazos afectivos.

Nunca se mezclarán los negocios privados con los realizados por cuenta de H&M y nunca se utilizará el nombre o la marca de H&M en asuntos personales.

Conflictos de interés (continuación)

Los empleados con contrato en vigor nunca aceptarán un puesto o tarea fuera de la Empresa que pueda entrar en conflicto con los intereses de la misma. Si se desea aceptar un trabajo paralelo con el de H&M, ya sea como empleado o asesor, se requerirá el permiso expreso de la Empresa antes de aceptar el cargo.

Además, el Grupo H&M cuenta con una **Política de denuncia de irregularidades**, por la que provee a sus empleados un canal interno que debe usarse para denunciar irregularidades graves dentro de la empresa, por ejemplo, delitos de contabilidad o delitos de soborno. Los puntos incluidos en esta política son los siguientes:

Política de denuncia de irregularidades

Esta política se aplica a todos los empleados del Grupo H&M. La política se refiere a la negligencia relacionada con:

- Contabilidad.
- Controles contables internos.
- Asuntos de auditoría.
- Lucha contra el soborno.
- Delitos bancarios y financieros.
- Otras irregularidades graves relacionadas con los intereses vitales de la empresa o del grupo o la vida o la salud de personas individuales, como por ejemplo delitos ambientales graves, deficiencias importantes en cuanto a la seguridad en el lugar de trabajo y formas muy graves de discriminación o acoso.

Los informes adicionales de malas prácticas a través de la denuncia de irregularidades solo pueden referirse a personas en puestos clave y ser tan serios que podrían poner en peligro a toda la empresa o grupo.

En último lugar, también cabe destacar que H&M España cuenta con una **Guía para la prevención de blanqueo de capitales**, donde se especifican limitaciones de pagos en efectivo y una serie de obligaciones en relación con cobros o pagos que se efectúen por

importes superiores a 10.000 euros. En este sentido, cuando la empresa se encuentre en esta situación, se identificará formalmente a las personas físicas o jurídicas implicadas y se examinará cualquier hecho u operación, que, por su naturaleza, pueda estar relacionado con el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo. En caso de que la operación arroje un indicio de poder estar vinculados con el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo, se notificará de inmediato al Servicio Ejecutivo de la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales e Infracciones Monetarias.

7.2. Riesgos en materia de lucha contra la corrupción y el soborno

Se considera que los controles establecidos en base a los principios del Código de Ético de El Grupo H&M, de aplicación en España; juntamente con el hecho de que la organización tiene una relación reducida con las Administraciones Públicas, fundamentalmente relacionada con el pago de impuestos; hace que el riesgo en esta materia sea reducido. Asimismo, H&M España no es una entidad obligada a incorporar las medidas de prevención en materia de Prevención de Blanqueo de Capitales que se prevé en la Ley 10/2010.

7.3. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

H&M España, siguiendo con las directrices del Grupo H&M, elige colaborar con entidades que cumplan con todos y cada uno de los criterios que se encuentran estipulados en su **Código Ético**, así como en el **Compromiso de Sostenibilidad**, mencionados anteriormente.

A lo largo de 2022, H&M España ha realizado diversas donaciones que ascienden a un total de **74.265,00 €**. Para empezar, la compañía ha donado **3.000,00 €** a **WWF**, durante su participación en la Hora del Planeta. También, se han conseguido recaudar **38.334,00 €** para **Acción contra el Hambre** a través de la recogida de ropa realizada en España (por cada kg recogido se han donado 0,02 €). Además, se han donado **14.034,00€** a **Cruz Roja** para la reconstrucción de la Palma, **18.897,00€** a la **Asociación Española Contra el Cáncer (AECC)**.

8. ÍNDICE DE LOS INDICADORES ESTABLECIDOS POR LA LEY 11/2018

Información general de la sociedad

Tabla 33. Información general de la sociedad				
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas
Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio.	2-1 Detalles organizativos. 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones de negocio 2-9 Estructura de gobernanza y composición	Definición de la Organización.	7, 10-11, 14
	Mercados en los que opera.			
	Objetivos y estrategias.			
	Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura.			
Estrategia y gestión de riesgos	Descripción de las políticas que aplica la compañía.	3-3 Gestión de temas materiales.	Materialidad. Políticas desarrolladas por la Organización.	15-20, 25-26, 38-39, 49, 51, 53, 64-65, 67-70, 72-76
	Resultados de las políticas que aplican a la compañía.	3-3 Gestión de temas materiales.	Desarrollo y seguimiento de las políticas de la Organización.	21-23, 27-37, 40-66, 71, 76
	Principales riesgos relacionados con cuestiones vinculadas a las actividades de la compañía.	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	Definición de los riesgos.	26-27, 39-40, 70, 76
Perfil del EINF	Asuntos relevantes y materialidad.	3-2 Lista de los temas materiales	Análisis de materialidad del Grupo.	12-13

Información sobre cuestiones ambientales

Tabla 34. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas
FB	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad.	3-3 Gestión de temas materiales.	Definición del impacto.	26-27
HA	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	No hay GRI asociado.	Debido al tipo de actividad y los riesgos ambientales no se requiere licencias de tipo ambiental y no es relevante un sistema de certificación ambiental.	n.a.
NV	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	No hay GRI asociado.	Debido al tipo de actividad no se puede diferenciar los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales de otros recursos destinados a la gestión empresarial. No obstante, teniendo en cuenta los riesgos ambientales dichos recursos no son significativos. Por otra parte, como parte de la industria de la moda, sí que dedica recursos para prevenir la generación indirecta de residuos de los productos que comercializa.	27
	Aplicación del principio de precaución.	2-23 Compromisos y políticas	Definición del impacto.	36-37

Tabla 34. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas	
FB	Gestión ambiental	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	No hay GRI asociado.	Debido al tipo de actividad, de acuerdo con la Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental, la compañía no tiene obligación de disponer de un seguro de Responsabilidad Medioambiental.	27
HA	Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica).	No hay GRI asociado.	Debido al tipo de actividad, la contaminación lumínica y por ruido no son un aspecto material para la compañía.	33-35
NV	Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos 306-3 Residuos generados	Iniciativas de la empresa para la recuperación de ropa, diseño de sus tiendas y sistemas de gestión contratados.	27-31
		Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	No hay GRI asociado.	Debido al tipo de actividad, no es un aspecto material para la compañía.	n.a.
	Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	303-3 Extracción de agua por fuente. 303-5 Consumo de agua.	Cálculo de m ³ en base a la información obtenida de facturación.	32
		Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen. 301-2 Insumos reciclados utilizados	Cálculo en kg/año a partir de la facturación.	35

Tabla 34. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas	
FB	Uso sostenible de los recursos	Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	3-3 Gestión de los temas materiales.	Definición de medidas.	35
		Consumo, directo e indirecto, de energía.	302-1 Consumo energético dentro de la organización.	Información obtenida a partir de datos de facturación.	33
		Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética.	302-4 Reducción del consumo energético. 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	Definición de medidas.	33-35
HA	Uso sostenible de los recursos	Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia energética.	302-4 Reducción del consumo energético. 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	Definición de medidas.	33-35
		Consumo, directo e indirecto, de energía.	302-1 Consumo energético dentro de la organización.	Información obtenida a partir de datos de facturación.	33
		Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	3-3 Gestión de los temas materiales.	Definición de medidas.	35
NV	Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce.	305-1 Emisiones directas de GEI (Alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2). 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)	Cálculo de la huella de carbono, a partir de los factores de emisión asociados al mix eléctrico de España, el consumo de gas natural y el transporte usado por la empresa (avión y ferrocarril).	36
		Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales (con visión al cambio climático)	Definición de riesgos.	26-27
		Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	305-5 Reducción de las emisiones. 302-4 Reducción del consumo energético	Medidas de reducción de emisiones.	33
NV	Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	304-3 Hábitats protegidos o restaurados. 304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	Medidas de control de impacto.	37
		Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro o junto a áreas protegidas	Definición del impacto. No material.	35

Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Tabla 35. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal									
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página					
FB	Empleo	<p>Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.</p> <p>Número total y distribución de modalidades de contrato de Trabajo. Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional, número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.</p>	<p>2-7 Empleados</p> <p>405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.</p> <p>401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal.</p>	<p>Promedio del número de contrataciones mensuales durante 2022.</p>	41-45				
HA									
NV						Brecha salarial	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	Resta entre remuneración promedio hombres – remuneración promedio mujeres, dividido por la remuneración promedio de hombres.	47
						Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la Sociedad.	2-21 Ratio de compensación total anual.	Se calcula como la retribución total, ponderando como si todas las personas con reducción de jornada trabajaran a jornada completa.	45-46
						Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.			
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	No hay GRI asociado.	Definición de medidas.	38,51					
	Empleados con discapacidad.	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Número de empleados con discapacidad.	48					

Tabla 35. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal				
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
FB	Organización del trabajo	No hay GRI asociado.	Definición horarios.	49-51
			Número de horas de absentismo.	52
		Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	No hay GRI asociado.	Definición de medidas.
HA	Organización del trabajo	No hay GRI asociado.	Definición de medidas.	49-51
			Definición de medidas.	49-51
NV	Salud y seguridad	<p>403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo</p> <p>403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo</p> <p>403-9 Lesiones por accidente laboral</p> <p>403-10 Enfermedades profesionales</p>	<p>Índice de frecuencia de accidentes (IF): cociente entre el número de accidentes totales y el número de horas trabajadas multiplicado por 10⁶.</p> <p>Índice de gravedad (IG) se calcula como el cociente entre el número de jornadas perdidas y el número de jornadas trabajadas por 10³.</p>	53-60
	Relaciones sociales	<p>2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés</p> <p>2-30 Convenios de negociación colectiva.</p> <p>403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.</p>	Definición de medidas.	56-57, 62-63
			% de trabajadores por convenio.	62
			Aspectos de seguridad y salud incluidos en los convenios.	56-57, 62-63

Tabla 35. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal					
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página	
FB	Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación.	3-3 Gestión de los temas materiales (con visión a la formación)	Política de formación.	63
		Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1 Media de horas de formación al año por empleado.	Sumatorio de horas de formación.	64
HA	Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	3-3 Gestión de los temas materiales	Medidas derivadas de la política de igualdad y no discriminación.	64-65
		Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.	3-3 Gestión de los temas materiales.	Política de igualdad y plan de igualdad.	64-65
NV	Igualdad	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	3-3 Gestión de los temas materiales.	Número de empleados discapacitados.	66
		Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	Política de igualdad y no discriminación. Política contra el acoso y la discriminación.	64-65

Información sobre el respeto de los derechos humanos

Tabla 36. Información relativa al respeto de los derechos humanos				
	Apartado Ley 11/2018	Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
FB	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.	3-3 Gestión de los temas materiales.	Análisis de la política de derechos humanos.	67-70
HA	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.		Política de derechos humanos. Distribución de proveedores por origen.	67-71
NV	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes 407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo. 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil. 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	Distribución de proveedores por origen. Durante 2021 y 2022 no se han registrado denuncias relacionadas con la posible vulneración de los derechos humanos.	71
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.			
	Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.			
	Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio.			
	Abolición efectiva del trabajo infantil.			

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Tabla 37. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Apartado Ley 11/2018	Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
FB Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	2-23 Compromisos y políticas 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear problemas. 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	Código Ético	72-76
HA Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	Código Ético. Política de denuncia de irregularidades.	72-76
NV Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	€/años aportados por fundación o entidad sin ánimo de lucro. Colaboraciones con entidades sin ánimo de lucro.	76

Información sobre la sociedad

Tabla 38. Información sobre la sociedad					
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página	
FB	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	% de compras a proveedores y acreedores locales	72
		Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	Número de trabajadores.	41-42
		Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Análisis del Código Ético y del Compromiso de Sostenibilidad.	35-37
		Acciones de asociación o patrocinio.	2-28 Afiliación a asociaciones	Detalle de las asociaciones de las cuales se forma parte.	24
HA	Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	3-3 Gestión de los temas materiales.	Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad.	15-16, 18-21 25-37
		Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	No hay GRI asociado	Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad. Programa propio de evaluación del impacto sostenible de sus socios.	15-16, 18-21 25-37
NV	Subcontratación y proveedores	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales. 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección	Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad.	15-16, 18-21 25-37

Tabla 38. Información sobre la sociedad

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
		de acuerdo con los criterios sociales.		
FB	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.	Análisis del Código Ético. Análisis del estudio de percepción de la marca.	15-16, 18-21
HA		416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		
NV	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios.	Análisis de los sistemas y procedimientos de reclamación.	21-23
		2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes		
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país.	207-4 Los beneficios o pérdidas antes de impuestos	Información en base a criterios contables.	24
	Impuestos sobre beneficios pagados.	207-4. El impuesto sobre el beneficio de las sociedades pagado	Información en base a criterios contables.	24
	Subvenciones públicas recibidas.	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno.	Información en base a criterios contables.	24

FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA (EINF) CONSOLIDADO DEL EJERCICIO 2022

El presente estado de Información no financiera de H&M España correspondiente al ejercicio anual terminado el 30 de noviembre de 2022 ha sido formulado el 28 de febrero de 2023.

Barcelona a 28 de febrero de 2023

X

Johan Fredrik Björkstедt
Presidente del Consejo de Administración

X

Nils Axel Vinge
Secretario del Consejo de Administración

X

Hanna Maria Anderson
Consejera

H&M