

H&M España

Estado de Información No Financiera 2019



H&M

Contenido

PREÁMBULO	6
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.....	11
2. GOBIERNO CORPORATIVO	13
2.1. Gobierno corporativo (miembros y estructura).....	13
2.2. Código Ético.....	14
2.3. Políticas de H&M España.....	16
3. ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD	17
3.1. Servicios de H&M España.....	17
3.2. Gestión de proveedores y terceros	17
3.3. Gestión de reclamaciones y valoración del servicio	21
3.4. Asociaciones	23
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.....	26
4.4. Uso sostenible de recursos.....	29
4.5. Cambio climático y control de emisiones.....	32
4.6. Protección de la biodiversidad	33
5. GESTIÓN DE PERSONAS	34
5.1. Políticas de personas.....	34
5.2. Riesgos en la gestión de personas	36
5.3. Generación de empleo.....	36
5.4. Organización del trabajo	45
5.5. Salud y seguridad	47

5.6. Relaciones sociales	51
5.7. Formación.....	52
5.8. Igualdad.....	53
5.9. Accesibilidad de personas con discapacidad.....	54
6. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS	55
6.1. Políticas en materia de respeto de los derechos humanos.....	55
6.2. Riesgos en materia de respeto de los derechos humanos.....	58
6.3. Origen de los proveedores.....	59
7. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO.....	60
7.1. Políticas en materia de lucha contra la corrupción y el soborno	60
7.2. Riesgos en materia de lucha contra la corrupción y el soborno.....	64
7.3. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	64
8. ÍNDICE DE LOS INDICADORES ESTABLECIDOS POR LA LEY 11/2018	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de H&M España.....	10
Tabla 2. Directivos del Grupo H&M.....	13
Tabla 3. Asociaciones a las que pertenece H&M España (2019).....	23
Tabla 4. Información fiscal. Euros (2019).....	24
Tabla 5. Generación de residuos no peligrosos por tipo en H&M España (2019).....	29
Tabla 6. Generación de residuos peligrosos por tipo en H&M España (2019).....	29
Tabla 7. Consumo de agua (2019).....	30
Tabla 8. Consumo energético en función de la fuente de energía (2019).....	30
Tabla 9. Materiales utilizados por peso (2019).....	32
Tabla 10. Distribución de empleados por sexo y edad (2019).....	37
Tabla 11. Distribución de empleados por categoría profesional (2019).....	37
Tabla 12. Promedio anual de contratos indefinidos segregado por sexo, edad y categoría profesional (2019).....	38
Tabla 13. Promedio anual de contratos temporales segregado por sexo, edad y categoría profesional (2019).....	38
Tabla 14. Promedio anual de contratos a tiempo parcial segregado por sexo, edad y categoría profesional (2019).....	38
Tabla 15. Número de despidos segregado por sexo, edad y categoría profesional (2019).....	40
Tabla 16. Remuneración promedio segregada por sexo (euros) (2019).....	41
Tabla 17. Remuneración promedio segregada por edad y sexo (euros) (2019).....	41
Tabla 18. Remuneración promedio segregada por edad (euros) (2019).....	41

Tabla 19. Remuneración promedio segregada por categoría y sexo (euros) (2019).....	42
Tabla 20. Remuneración promedio segregada por categoría (euros) (2019).....	42
Tabla 21. Remuneración media, incluyendo todos los conceptos, de los directivos segregada por sexo (euros) (2019).....	42
Tabla 22. Brecha salarial segregado por categoría profesional (2019).....	43
Tabla 23. Brecha salarial (2019)	43
Tabla 24. Número de empleados con discapacidad (2019)	44
Tabla 25. Número de horas de absentismo (2019)	46
Tabla 26. Accidentes de trabajo por sexo (2019)	49
Tabla 27. Accidentes de trabajo in itinere por sexo (2019)	49
Tabla 28. Tasa de frecuencia (TFA) de accidentes por sexo (2019).....	49
Tabla 29. Tasa de gravedad por sexo (2019).....	49
Tabla 30. Cantidad de horas de formación realizadas en 2019.....	52
Tabla 31. Información general de la sociedad	65
Tabla 32. Información sobre cuestiones ambientales	66
Tabla 33. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal.....	69
Tabla 34. Información relativa al respeto de los derechos humanos.....	72
Tabla 35. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno.....	73
Tabla 36. Información sobre la sociedad.....	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Objetivos del Grupo Layna	28
Figura 2 Porcentaje de empleados segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).....	37
Figura 3 Porcentaje de empleados segregado por categoría profesional.....	37
Figura 4 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función del sexo.	39
Figura 5 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función de la edad.	39
Figura 6 Porcentaje de empleados despedidos segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).....	40
Figura 7 Porcentaje de empleados despedidos segregado por categoría profesional.	40
Figura 8 Porcentaje de las horas de absentismo según tipología.....	47
Figura 9 Mapa donde se representa la facturación respecto a los proveedores 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).....	59

PREÁMBULO

El presente estado de información no financiera forma parte del Informe de Gestión Consolidada del ejercicio 2019 del 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.

El estado de información no financiera incorpora la información del año fiscal 2019 de la compañía, que comprende del 1 de diciembre de 2018 al 30 de noviembre de 2019. Por esta razón, es el primer año en el que le aplica la Ley 11/2018 a la compañía.

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 análisis de materialidad llevado a cabo por H&M España en 2019 (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. VISIÓN GENERAL DEL GRUPO

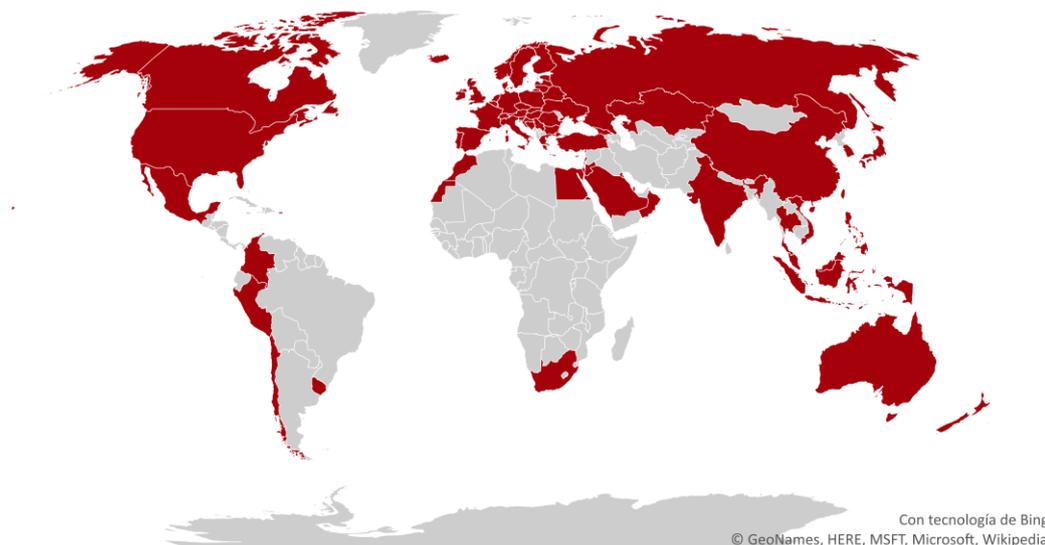
H&M

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 nueve marcas, cada una con sus especificidades: H&M, COS, Weekday, Cheap Monday, 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 y ropa del hogar, así como, en ciertas tiendas, comida saludable. En España, se pueden encontrar tiendas de las marcas H&M, H&M Home, COS y & Other Stories.

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, Bahréin, 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.



Hennes adquiere el minorista Mauritz Widforss, transformándose en Hennes & Mauritz

1968



Erling Persson se hace a un lado para dejar a su hijo Stefan Persson como CEO de la compañía

1982

1947

Apertura de la primera tienda Hennes en Västerås (Suecia)



1974

Hennes & Mauritz cotiza en la Bolsa de Estocolmo. Ese mismo año, las tiendas se renombraron como "H&M"



1998

H&M comienza a ofrecer compras en línea, siendo Suecia el primer mercado

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 Shanghai y Hong Kong.

2010-2019
La rápida expansión continua: hay tiendas de H&M en Europa, Norteamérica, Asia, Oriente Medio, África, Sudamérica y Australia.



Karl Lagerfeld realiza la primera de las colaboraciones con diseñadores que hace H&M

2004

#MHOME
Lanzamiento de H&M Home

2009

ARKET

Lanzamiento de la marca ARKET

2017

2007

Nace COS y H&M compra FaBric Scandinavien AB, adquiriendo marcas como Weekday, Monki y Cheap Monday



2013

Lanzamiento de la marca & Other Stories

& other Stories

Lanzamiento de la marca Afound

AFOUND

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.



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 dejemos 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 marca 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 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 AND 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, S.L., 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.

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



- **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.

Por otro lado, la distribución de H&M España en el mercado español consta de **155 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). Asimismo, también se cuenta con 10 tiendas de la marca **COS** y 2 tiendas de **& Other Stories**.

Tabla 1. Distribución de H&M España

MARCA	UBICACIÓN	DIRECCIÓN
COS	Barcelona	Paseo de Gracia 27 - 08007
	Vizcaya	Gran Vía 45 - 48011 (Bilbao)
	Granada	Calle Hipócrates S/N, Armilla. C.C. Nevada Shopping - 18100
	Madrid	Calle de Claudio Coello 53-33 - 28001

Tabla 1. Distribución de H&M España

MARCA	UBICACIÓN	DIRECCIÓN
	Madrid	Avenida de Europa 13-15. Centro Comercial Moraleja Green - 28108 Calle Fuencarral 16 - 28004
	Málaga	Calle Larios 4 - 29005 Carretera de Ojén. Parque Comercial la Cañada - 29600 (Marbella)
	Guipúzcoa	Avenida Libertad, 16 -20004 (San Sebastián)
	Valencia	Calle Jorge Juan 5 - 46004
& Other Stories	Barcelona	Paseo de Gracia 8-10 - 08007
	Madrid	Calle Hermosilla 15 - 28001
H&M H&M Home	155 tiendas en todo el territorio nacional excepto en Ceuta y las provincias de Ávila, Cáceres, 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).

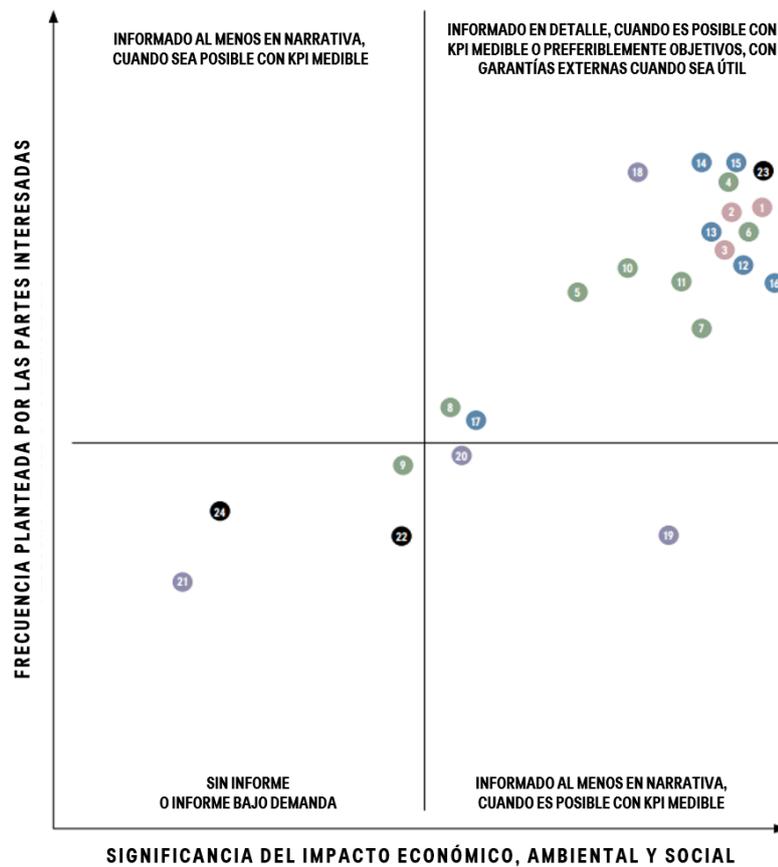
1.4. Materialidad

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 el otorga el entorno (grupos de interés).

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
100% LIDERANDO EL CAMBIO	INNOVACIÓN	1. Innovación	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
	IMPULSAR LA TRANSPARENCIA	2. Impulsar la transparencia	Fabricación de productos, producción de tejidos e hilados
	RECOMPENSAR ACCIONES SOSTENIBLES	3. Recompensar acciones sostenibles	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
100% CIRCULAR Y RENOVABLE	100% CIRCULAR	4. Materiales reciclados y otros de origen sostenible	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
		5. Bienestar animal	Diseño, materias primas
		6. Enfoque circular a como la moda se hace y se usa	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
		7. Agua	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, ventas, uso
		8. Residuos	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
		9. Envases	Fabricación de productos, transporte, ventas, uso
	100% RENOVABLE	10. Gestión de químicos	Materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, ventas
		11. Clima	Materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
		EMPLEO JUSTO PARA TODO EL MUNDO	12. Empleos justos
13. Relaciones industriales	Fabricación de productos, ventas		
14. Salarios justos	Fabricación de productos, ventas		
15. Derechos humanos	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso		
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	16. Inclusión y diversidad	Diseño, fabricación de productos, transporte, ventas, uso	
	17. Desarrollo comunitario	Fabricación de productos, ventas	
NORMAS Y POLÍTICAS		18. Cadena de suministro	Producción de tejidos e hilados, fabricación de productos
		19. Anticorrupción	Materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas
		20. Marketing responsable	Ventas, uso
		21. Comportamiento anticompetitivo	Producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas
OTROS TEMAS IDENTIFICADOS		22. Biodiversidad	Materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos
		23. Desempeño económico	Ventas
		24. Presencia en el mercado	Materias primas, producción de tejidos e hilados, 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
Karl Johan Erling Goran Persson	Director ejecutivo
Jyrki Tervonen	Director financiero
Anders Jonasson	Director de contabilidad
Daniel Claesson	Director de desarrollo de negocios
Kristina Stenvinkel	Directora de comunicaciones
Fredrik Nilsén	Director de controlling
Helena Thybell	Directora de recursos humanos
Morten Halvorsen	Director de informática
Fredrik Björkstedt	Director del departamento legal
Cenneth Cederholm	Director de seguridad
Helena Helmersson	Directora de operaciones

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 enero de 2019), 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. Es por ello que 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 detallará 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/organización 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.
- **Conflictos de interés:** los empleados informarán a la empresa en cualquier caso de relaciones que no sean estrictamente comerciales con colaboradores de H&M. También debe informarse si ellos o su familia más próxima tienen intereses económicos que puedan competir con H&M.

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. 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**, 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.

Políticas de H&M España	Gestión de Medio Ambiente	Gestión de personas	Respeto a Derechos Humanos	Lucha contra la corrupción y soborno
Código Ético para empleados				✓
Código Ético para proveedores				✓
Manual 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 empleados 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 denuncia de irregularidades				✓
Plan de igualdad entre mujeres y hombres		✓		

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 y COS¹



Los productos comercializados por H&M España se pueden adquirir tanto en las tiendas físicas como online. Actualmente están integrando sus tiendas físicas con sus canales digitales. También están trabajando con la experiencia de la tienda, así como desarrollando la presentación y funcionalidades en línea mientras 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 regula 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 (salvo por los supuestos exceptuados indicados a continuación) 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

¹ Las características de las distintas marcas de H&M España se pueden encontrar en el punto 1.2

de selección de dichos proveedores/terceros, se establece que se debe realizar un procedimiento de *Due Diligence* (o auditoría previa) a dichos 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 deberá 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 organizaciones. 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>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. H&M se reserva el derecho de mantener la cooperación con socios comerciales que violen esta política.

Además, el Grupo H&M evalúa el desempeño de sus proveedores 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 pasos que se destacan a continuación:

Sustainable Impact Partnership Programme

1. Autoevaluación o evaluación conjunta dentro del plazo acordado.
2. Validación de la autoevaluación a través de una revisión de escritorio y / o in situ.
3. Puntuación del índice de sostenibilidad (incluido el índice Higg* y criterios propios adicionales)
4. Propiedad del proveedor y creación de capacidad basada en fortalezas y debilidades
5. Monitorear el progreso a través del ciclo anual de SIPP (es decir, repetir desde el paso 1 anterior)

* El índice Higg es una herramienta creada por la Coalición de Ropa Sostenible (SAC) que tiene como finalidad medir la sostenibilidad de la ropa y calzado de la industria.

El principal proveedor de H&M España es el Grupo H&M, y es este 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.

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), accediendo a través del apartado de *Atención al Cliente / Contacta con nosotros* 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 apuntado anteriormente, H&M España responde individualmente a cada una de las citadas reclamaciones.

En este contexto, en el año fiscal 2019 se han contabilizado 224 reclamaciones recibidas por parte de clientes que han realizado su experiencia de compra a través de las tiendas físicas. Adicionalmente, el servicio de Atención al Cliente indicado anteriormente atiende a otras reclamaciones que no pueden ser contabilizadas ya que los sistemas actuales no lo permiten.

En cuanto a las reclamaciones recibidas por parte de clientes que han realizado su compra online durante el ejercicio 2019, 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) Gesto 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.
- **Recepción de un artículo equivocado:** se ofrece al cliente la posibilidad de volver a procesar la compra del artículo no recibido y si la hubiera, H&M asume la diferencia de precio en el caso que el artículo tuviera algún descuento o promoción, de lo contrario el cliente deberá proceder con la devolución del artículo recibido equivocado.

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 (2019)

Asociación Comerciantes Loranca
Ass. De V.I.C. Portal de l'Angel
Ass. De V.I.C. Carrer Canuda
Asoc. Comerciantes Plaza Mar 2
Asoc. Comerciantes Centro Comercial Nervión Plaza
Societat General d'Autors i Editors
Cámara de Comercio Hispano-Sueca
Asociación Comerciantes Gran Via 2
Asociación Española de Centros Comerciales (AECC)
Associació Amics de la Rambla
GSB Illustre Col. Of. Graduats Soc.
Gremi de comerç i sastreria
Fundación para la Gestión Medioambiental
Confederación de Organizaciones
Asociación TerrassaCentre
Federación Onubense de Empresarios

3.5. Información fiscal

Los beneficios obtenidos y los impuestos pagados por H&M España íntegramente en España en 2019 se muestran en la siguiente tabla. Por otro lado, H&M España **no ha recibido subvenciones públicas** durante 2019.

Tabla 4. Información fiscal. Euros (2019)

	H&M España
Beneficios obtenidos en España	11.993.470,00
Impuestos sobre beneficios pagados	2.962.392,69

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 amigables 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.

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.

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 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 puede 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 lineal 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 positiva 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 100% circulares y/o de origen sostenible.**

Asimismo, 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 que usan este servicio pueden recibir cupones de hasta 5 € de descuento, válidos en tiendas H&M España y hm.com hasta por un periodo de 2 años.

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 materiales humectantes o aislantes para la industria automovilística.

Asimismo, el Grupo H&M también tiene objetivos a nivel global en cuanto a recuperación de ropa, establecido en 25.000 toneladas recogidas en el año 2020. Asimismo, también se tiene el objetivo de contar con sistemas de recogida de prendas de vestir en el 100% de las tiendas del Grupo H&M.

Por otro lado, 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, muestras de producción o restos de compras. Esto provocó un ahorro en el consumo de nuevos recursos, reduciendo asimismo el impacto climático.

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. De los residuos generados por H&M España, recicla el 98% y con el 2% restante se produce biodiésel. Grupo Layna, tiene 3 objetivos finales, que forman parte de una gestión integral de residuos:



Figura 1 Objetivos del Grupo Layna

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.

La cantidad de residuos no peligrosos generados por H&M España a lo largo de 2019 se pueden ver en la siguiente tabla:

Tabla 5. Generación de residuos no peligrosos por tipo en H&M España (2019)

RESIDUO	CANTIDAD (TONELADAS)
Residuos de perchas de plástico	271,16
Residuo de perchas multimaterial	44,12
Madera	49,96
Cartón y papel	1.155,7
Plástico	44,823
Resto	1.267,86
Otros	86,96

Por otro lado, la cantidad de residuos peligrosos generados por H&M España a lo largo de 2019 se puede ver en la siguiente tabla:

Tabla 6. Generación de residuos peligrosos por tipo en H&M España (2019)

RESIDUO	CÓDIGO L.E.R.	CANTIDAD (KG)
Tóner	08 03 18	2.214
Pilas y acumuladores	20 01 33 / 16 06 04	340
Fluorescentes	20 01 21	1.365
Pinturas y barniz	08 03 12	1.250
Electrónica RAEE	00 13 5* - 61	1.186
Cosmética	16 03 05	6.352
Aerosoles inflamables	16 05 04	381
Envases contaminados	15 01 10	125
Aparatos CFC	60 21 1*-11	108
Monitores y pantallas	160213*-22*	293

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 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 2019. Por otro lado, en el almacén logístico, H&M España realiza la **captación de agua pluvial para su reutilización**.

Tabla 7. Consumo de agua (2019)

	Consumo (m ³)
H&M España	31.605,87

Consumo energético

A continuación, se presenta el consumo energético total para H&M España durante el 2019.

Tabla 8. Consumo energético en función de la fuente de energía (2019)

	Consumo (kWh)
Electricidad	67.792.017
Gas natural	186.860
TOTAL	67.978.877

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 20% para 2020 y un 25% para 2030, respecto la línea base de 2016. Éstas representan la mayoría del consumo de electricidad del Grupo H&M. En H&M España, el consumo en 2019 se redujo un 10,2% respecto 2017.

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.

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.

Asimismo, en España, la totalidad de la energía eléctrica consumida tiene Garantías de Origen (GdO), que acreditan que la electricidad ha sido producida por fuentes renovables. 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 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. Se espera tener todo el portfolio con iluminación LED a finales de 2022.

Gracias a dicha estrategia de gestión energética, han conseguido ahorrar más del 8% de energía respecto a 2016, superando el objetivo propuesto de reducir el consumo un 6%.

Consumo de materiales

En el desarrollo de su actividad, en H&M España ha consumido los siguientes materiales, tal y como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 9. Materiales utilizados por peso (2019)

	Papel (kg)	Tóner (unidades)
H&M España	37.710,53	3.101

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, tiene el objetivo de **emisiones cero en 2030 para toda la cadena de suministro y generar impacto positivo en el clima en 2040.**



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 fundamentalmente del uso de electricidad (Alcance 2) por parte de sus tiendas, oficinas, así como de los trayectos en avión y ferrocarril llevados a cabo por sus empleados (Alcance 3). Asimismo, también se han contabilizado las emisiones correspondientes al consumo de combustible en fuentes fijas, en este caso debidas al consumo de gas natural en sus instalaciones (Alcance 1). En este sentido, las emisiones de gases de efecto invernadero de Alcance 1, han sido de 37,75 toneladas de CO₂; asimismo, las emisiones de Alcance 2 han sido de 1.023,55 toneladas CO₂, y las emisiones de Alcance 3 han sido de 1.481,20 toneladas de CO₂ en el año 2019.

Por otro lado, las medidas tomadas por parte de H&M España para reducir esta 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.

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 de 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.
- **Política global de resolución de conflictos**, que tiene 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, representantes de empleados 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.

-
- **Plan de desconexión digital**, con el objeto de gestionar el uso adecuado y compatible con la conciliación de los medios digitales proporcionados por la empresa. Entró en vigor el 1 de diciembre de 2019.

Asimismo, H&M España cuenta con en el **Manual del Empleado**, donde se establecen las normas del grupo, los horarios, los beneficios como empleado, entre otros.

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 asegura el respeto 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.

Además, también cabe destacar el riesgo de tipo reputacional relacionado con un potencial avance insuficiente en materia de gestión de aspectos como la igualdad o la conciliación laboral. No obstante, H&M España cuenta con planes e iniciativas dirigidas a gestionar adecuadamente estos aspectos; como son la Política 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.

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 en 2019, a fecha 30 de noviembre de 2019.

Tabla 10. Distribución de empleados por sexo y edad (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	1.010
	Mujer	4.967
EDAD	< 30 años	1.755
	30-50 años	3.987
	> 50 años	235
TOTAL		5.977

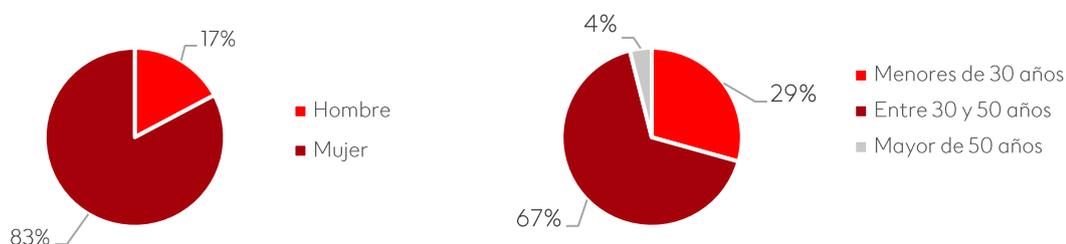


Figura 2 Porcentaje de empleados segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).

La totalidad de los empleados para el ejercicio de 2019 trabajan en España. En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados por categoría profesional en H&M España en 2019, a fecha 30 de noviembre de 2019.

Tabla 11. Distribución de empleados por categoría profesional (2019)

		H&M España
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	75
	Ingenieros y técnicos	80
	Administrativos	40
	Personal de venta y distribución	5.782
TOTAL		5.977

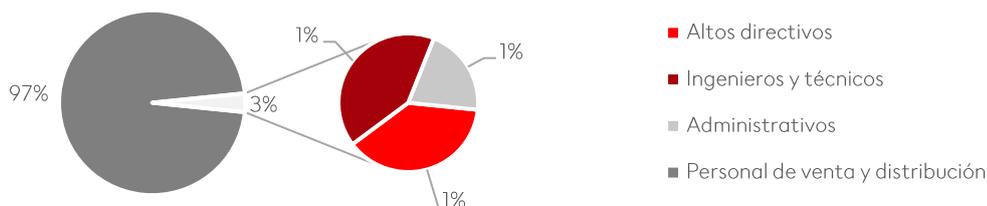


Figura 3 Porcentaje de empleados segregado por categoría profesional.

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

En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados por modalidad de contrato en función del sexo, la edad y la categoría profesional en H&M España en 2019.

Tabla 12. Promedio anual de contratos indefinidos segregado por sexo, edad y categoría profesional (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	878
	Mujer	4.250
EDAD	< 30 años	1.003
	30-50 años	3.883
	> 50 años	242
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	69
	Ingenieros y técnicos	78
	Administrativos	39
	Personal de venta y distribución	4.942

Tabla 13. Promedio anual de contratos temporales segregado por sexo, edad y categoría profesional (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	162
	Mujer	811
EDAD	< 30 años	716
	30-50 años	252
	> 50 años	5
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	0
	Ingenieros y técnicos	0
	Administrativos	1
	Personal de venta y distribución	972

Tabla 14. Promedio anual de contratos a tiempo parcial segregado por sexo, edad y categoría profesional (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	573
	Mujer	3.651
EDAD	< 30 años	1.540
	30-50 años	2.574
	> 50 años	110
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	1
	Ingenieros y técnicos	3
	Administrativos	10
	Personal de venta y distribución	4.210

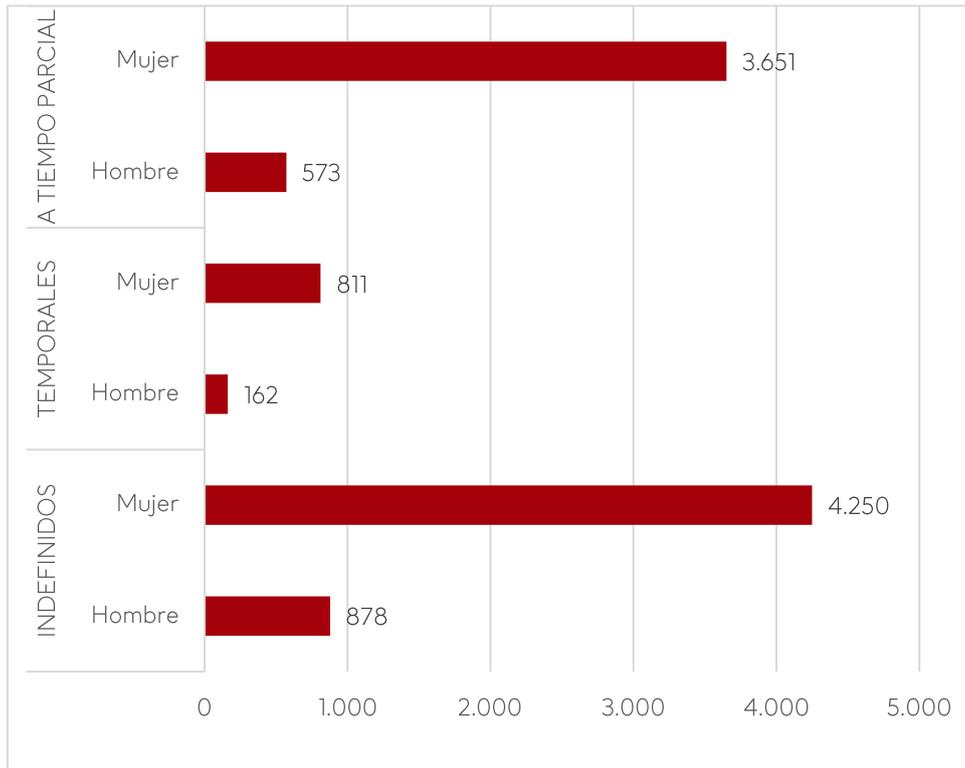


Figura 4 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función del sexo.

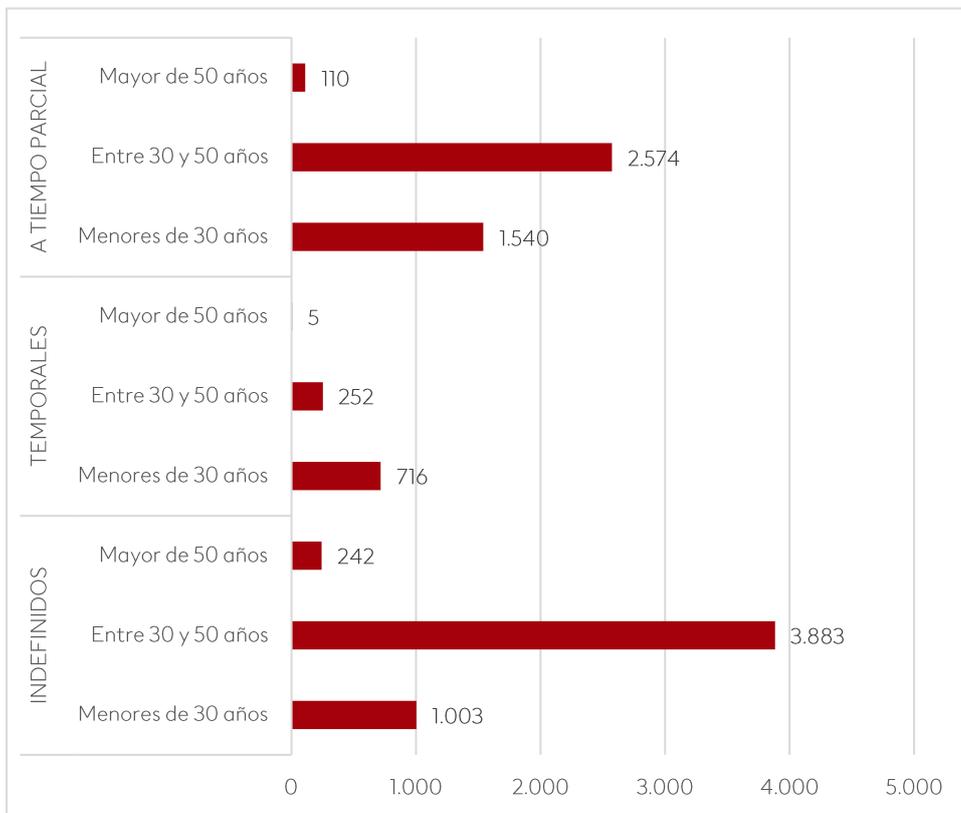


Figura 5 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función de la edad.

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 2019. Cabe destacar, que, al ser un sector altamente feminizado, aumenta la representación de este género en las estadísticas.

Tabla 15. Número de despidos segregado por sexo, edad y categoría profesional (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	28
	Mujer	121
EDAD	< 30 años	11
	30-50 años	135
	> 50 años	3
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	3
	Ingenieros y técnicos	1
	Administrativos	1
	Personal de venta y distribución	144

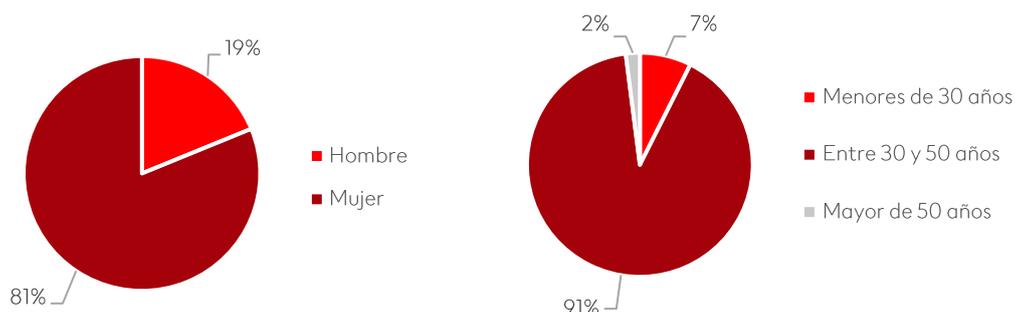


Figura 6 Porcentaje de empleados despedidos segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).

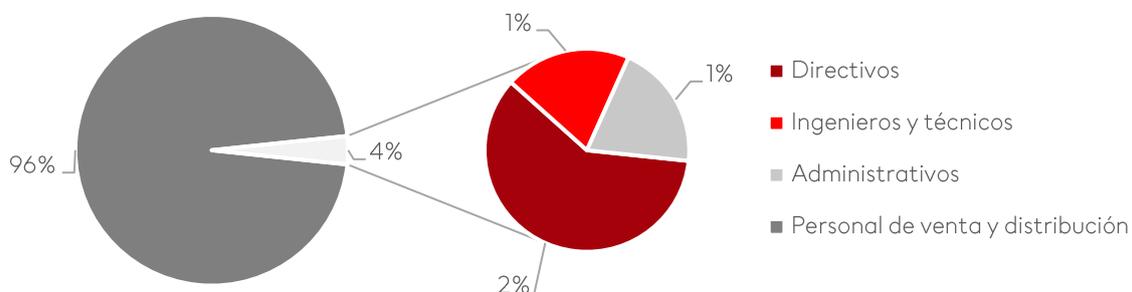


Figura 7 Porcentaje de empleados despedidos segregado por categoría profesional.

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.

Tabla 16. Remuneración promedio segregada por sexo (euros) (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	20.074
	Mujer	19.006
Promedio sin segregar		19.186

Tabla 17. Remuneración promedio segregada por edad y sexo (euros) (2019)

EDAD	SEXO	H&M España
< 30 años	Hombre	16.909
	Mujer	16.902
30-50 años	Hombre	21.652
	Mujer	19.857
> 50 años	Hombre	26.214
	Mujer	19.284

Tabla 18. Remuneración promedio segregada por edad (euros) (2019)

EDAD	H&M España
< 30 años	16.903
30-50 años	20.135
> 50 años	20.139

En las siguientes tablas se muestra la remuneración media segregada por categoría profesional y por sexo en H&M España en 2019. 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 bonus, que representan la variable más representativa para esta categoría profesional. 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 el importe exacto de los bonus semestrales, un bonus para el año fiscal, los incentivos, los pluses de nocturnidad, festivos, traslado de familia, distancia de transporte y la cesta de navidad.

Tabla 19. Remuneración promedio segregada por categoría y sexo (euros) (2019)

CATEGORÍA PROFESIONAL	SEXO	H&M España
Directivos	Hombre	57.254
	Mujer	51.555
Ingenieros y técnicos	Hombre	40.033
	Mujer	39.808
Administrativos	Hombre	28.731
	Mujer	29.121
Personal de venta y distribución	Hombre	18.640
	Mujer	18.338

Tabla 20. Remuneración promedio segregada por categoría (euros) (2019)

CATEGORÍA PROFESIONAL	H&M España
Directivos	53.379
Ingenieros y técnicos	39.870
Administrativos	29.072
Personal de venta y distribución	18.388

Por otro lado, en la siguiente tabla se muestra la remuneración media de los directivos desagregada por sexo, teniendo en cuenta todas las retribuciones en especie, que incluyen las variables mencionadas anteriormente para el personal de oficina más el seguro médico. Asimismo, no se incluye la ayuda temporal al alquiler debido al traslado de dicho personal.

Tabla 21. Remuneración media, incluyendo todos los conceptos, de los directivos segregada por sexo (euros) (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	60.158
	Mujer	53.285

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 2019, total y segregada por categoría profesional.

Tabla 22. Brecha salarial segregado por categoría profesional (2019)

		H&M España
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	10%
	Ingenieros y técnicos	1%
	Administrativos	-1%
	Personal de venta y distribución	2%

Tabla 23. Brecha salarial (2019)

	H&M España
Total	5%

Empleados con discapacidad

En la siguiente tabla se muestra el número de empleados con discapacidad en H&M España en 2019.

Tabla 24. Número de empleados con discapacidad (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	11
	Mujer	21
TOTAL		32

En la actualidad hay 32 personas con discapacidad de las 123,64 necesarias 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 cubre mediante un contrato de prestación de servicios con los siguientes centros especiales de empleo: Ilunion CEE Limpieza y medioambiente, Eulen Centro Especial de Empleo, CISBA, Disclean, Integra MGSi CEE, Nordis Social Coffee, Inserta Servicios Complementarios y la Fundación Juan XXIII Roncalli para la Discapacidad Intelectual. También ha realizado la constitución de un enclave laboral con Laborplus CEE.

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:

- Seguro médico familiar.
- Hasta 5 días más de vacaciones al año dependiendo del puesto de trabajo.
- Aumento del tiempo de excedencia para el cuidado de familiares dependientes.
- Reducción de jornada y/o adaptación de esta por estudios.
- Tarjeta regalo de 200 euros por nacimiento de hijo/a.
- Medidas de desconexión laboral.

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.

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, los horarios en H&M España los establece el responsable de cada tienda, adaptados 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). Por otro lado, 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.

Manual del Empleado – Horario Laboral (continuación)

Es tu responsabilidad fichar al entrar y salir de tu turno, y antes y después de la pausa para la comida. El uso incorrecto del sistema, al igual que fichar por tus compañeros puede dar lugar a una acción disciplinaria.

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.

En ocasiones, tus horas semanales de contrato pueden variar y/o ser distribuidas de forma diferente, respetando siempre lo que establezca la normativa laboral. Esta flexibilidad minimiza la carga de trabajo y permite cubrir las necesidades de trabajo.

En H&M queremos que nuestros empleados disfruten de un equilibrio entre el tiempo personal y el laboral, por lo que sólo te pediremos que trabajes horas extraordinarias cuando las circunstancias así lo requieran. Las horas extraordinarias se registran y compensan acorde a la legislación laboral vigente.

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 solicitar que la pausa de la comida sea de 30 minutos. Consulta con un responsable las pausas y horas de comida que te corresponden según tu jornada laboral y la política de la Compañía.

Por otro lado, en cuanto a las **horas de absentismo** (ausencia o abandono del puesto del trabajo) de H&M España para el ejercicio 2019 se contabilizan las siguientes:

Tabla 25. Número de horas de absentismo (2019)

NÚMERO DE HORAS DE ABSENTISMO	TIPO	H&M España
	Accidente	17.345
	Enfermedad	842.446
	Maternidad/Paternidad	102.949
	TOTAL	962.740

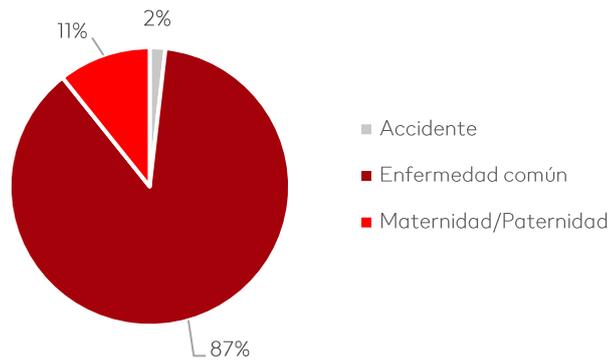


Figura 8 Porcentaje de las horas de absentismo según tipología.

5.5. Salud y seguridad

La seguridad y salud laboral es un aspecto importante 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.

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.

Asimismo, de acuerdo con lo establecido por la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, se establece un **Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales**, con el objeto de 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. La organización de la PRL afecta a la totalidad de la empresa, y deben intervenir desde la dirección hasta los trabajadores/as, con flujos de información bidireccionales.

Asimismo, tanto en tiendas, oficinas como almacenes se encuentran comités de seguridad y salud, así como representantes de la empresa que actúan como delegados de prevención.

Todos ellos, coordinados por un departamento de seguridad que se compone por un servicio de prevención y un área de seguridad. Por su parte, los Shop Managers realizan 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.

En este sentido, a continuación, se muestran los riesgos identificados para todos los trabajadores de H&M España.

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.
- 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.
- Seísmos.

Asimismo, en estos mismos centros, para el personal de oficina, se detectan los siguientes riesgos propios del puesto de trabajo.

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

En último lugar, los Visual Merchandisers son el único personal autorizado para usar la sierra de calar, con lo que pueden encontrarse con el siguiente riesgo:

- Proyección de fragmentos o partículas.

Por otro lado, 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 referencia a los accidentes con baja laboral sufridos por los trabajadores de H&M España, se han producido **96**, tal como se puede consultar en la siguiente tabla.

Tabla 26. Accidentes de trabajo por sexo (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	17
	Mujer	79
TOTAL		96

Tabla 27. Accidentes de trabajo in itinere por sexo (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	8
	Mujer	32
TOTAL		40

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 28. Tasa de frecuencia (TFA) de accidentes por sexo (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	9,3
	Mujer	8,9

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 29. Tasa de gravedad por sexo (2019)

		H&M España
SEXO	Hombre	0,21
	Mujer	0,27

Asimismo, cabe apuntar que en 2019 no ha habido enfermedades profesionales en H&M España.

Adicionalmente, el Grupo H&M 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 surgen de, se asocian u ocurren en el 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.

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 este, se puede encontrar información como:

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

Asimismo, 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 tal que su marca no se vea afectada.

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 relación con el balance de estos convenios colectivos que cubren a los trabajadores de H&M España, tomando por ejemplo la provincia de Madrid, y extrapolable al resto de convenios de las provincias donde opera H&M España, el Convenio Colectivo de Sector de Comercio Textil de Madrid contiene 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.

Asimismo, establece la obligatoriedad de la constitución de un Comité de Seguridad y Salud en las empresas y/o centros de trabajo que cuenten con 50 o más trabajadores. El Comité estará formado por los Delegados de Prevención, de una parte, y por el empresario y/o sus

representantes en número igual al de los Delegados de Prevención, de la otra; procedimientos con los que cuenta H&M España.

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.

Por otro lado, H&M España proporciona una **formación para la inclusión de los refugiados**, así como una **formación obligatoria en PRL** para todos los empleados.

En la siguiente tabla se pueden consultar las horas de formación realizadas en H&M España en 2019.

Tabla 30. Cantidad de horas de formación realizadas en 2019

		Horas
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	16
	Ingenieros y técnicos	3.834
	Administrativos	0
	Personal de venta y distribución	242.424
TOTAL		246.274

5.8. Igualdad

Las políticas relativas con 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.
- Acoso sexual y/o por razón de sexo.
- Comunicación y sensibilización.
- Violencia de género.

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**.

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 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 humanos. 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.

6.3. Origen de los proveedores

En este sentido, respecto al origen de los proveedores de H&M España con facturación para el año 2019, éste es mayoritariamente europeo, representando un 99,84%; siendo, a su vez, un 31,42 % de éstos 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 68,42% restante procede de otros países pertenecientes a la Unión Europea.

Por último, respecto al 0,16% restante, el mayor volumen procede de Estados Unidos (64,03%), seguido de Turquía (14,78%).

Asimismo, durante 2019 no se han registrado denuncias relacionadas con la posible vulneración de los Derechos Humanos.

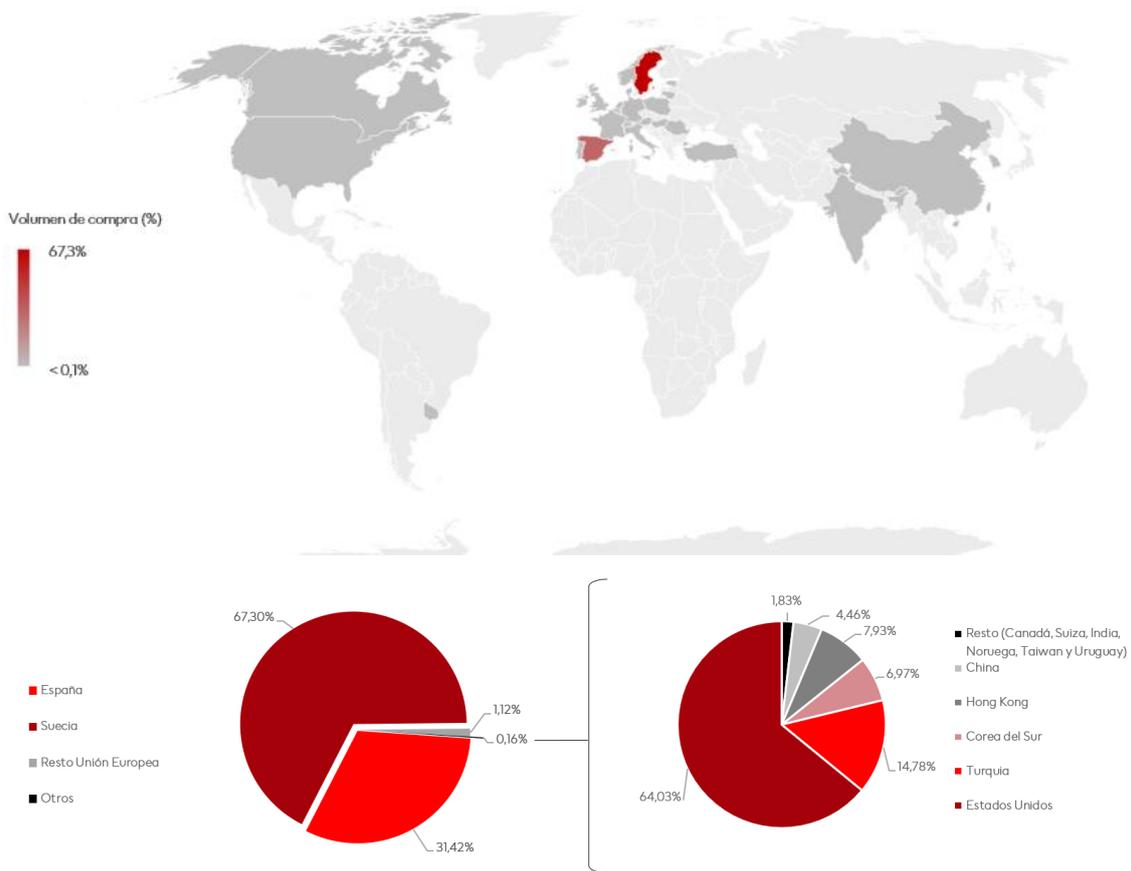


Figura 9 Mapa donde se representa la facturación respecto a los proveedores de H&M España en función del origen (arriba) y porcentaje de los mismos respecto al total mundial (abajo izquierda) y total no europeos (abajo derecha).

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.



Código Ético del Grupo H&M

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/organización 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.

Drogas y alcohol

Los empleados de H&M no utilizarán ni estarán bajo la influencia de drogas ilegales, alcohol u otras sustancias contaminantes durante el horario laboral por el riesgo personal que corren y que pueden ocasionar a terceros.

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.

Conflictos de interés (continuación)

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.

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, con las que se negocia a raíz del trabajo en H&M.

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.

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 2019, H&M España ha donado 3.000€ a **WWF**, en concepto de participación y apoyo en la lucha contra el cambio climático mediante el movimiento “la hora del planeta, 6.000€ a **Fundación Seres**, en concepto de desarrollar proyectos sociales que tengan un impacto positivo en la comunidad; y 15.068,64 € a **ACNUR**.

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

Información general de la sociedad

Tabla 31. Información general de la sociedad				
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas
Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio.	102-1 Nombre de la organización.	Definición de la Organización.	7-8, 10-11, 13, 17
	Mercados en los que opera.	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.		
	Objetivos y estrategias.	102-7 Tamaño de la organización.		
	Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura.	102-4 Ubicación de las operaciones. 102-6 Mercados servidos 102-18 Estructura de gobernanza.		
Estrategia y gestión de riesgos	Descripción de las políticas que aplica la compañía.	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura. 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Materialidad. Políticas desarrolladas por la Organización.	11-12, 16-20, 25, 34-35, 55-56, 60-63
	Resultados de las políticas que aplican a la compañía.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes. 103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	Desarrollo y seguimiento de las políticas de la Organización.	14-15, 17-22, 26-33, 36-54, 59, 64
	Principales riesgos relacionados con cuestiones vinculadas a las actividades de la compañía.	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades.	Definición de los riesgos.	26, 36, 58, 64
Perfil del EINF	Asuntos relevantes y materialidad.	102-47 Lista de los temas materiales	Análisis de materialidad del Grupo.	11-12

Información sobre cuestiones ambientales

Tabla 32. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas
Gestión ambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad.	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.	Definición del impacto.	25-26
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	n.a.	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
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	n.a.	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.	26
	Aplicación del principio de precaución.	102-11 Principio o enfoque de precaución.	Definición del impacto.	26

Tabla 32. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas
Gestión ambiental	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	n.a.	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.	26
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica).	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	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).	32
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación.	Iniciativas de la empresa para la recuperación de ropa, diseño de sus tiendas y sistemas de gestión contratados.	26-29
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	n.a.	n.a.	n.a.
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	303-1 Extracción de agua por fuente.	Cálculo de m ³ en base a la información obtenida de facturación.	29-30
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen.	Cálculo en kg/año a partir de la facturación.	32

Tabla 32. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas
Uso sostenible de los recursos	Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	302-4 Reducción del consumo energético. 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	Definición de medidas.	30-31
	Consumo, directo e indirecto, de energía.	302-1 Consumo energético dentro de la organización.	Información obtenida a partir de datos de facturación.	30
	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.	30-31
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).	32
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.	Definición de riesgos.	26
	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 de GEI.	Medidas de reducción de emisiones.	30-31
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	304-3 Hábitats protegidos o restaurados.	Medidas de control de impacto.	33
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.	Definición del impacto. No material.	33

Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Tabla 33. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal				
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional. 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.	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores. 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados. 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal.	Promedio del número de contrataciones mensuales durante 2019.	37-40
	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.	43
	Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la Sociedad. 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.	102-38 Ratio de compensación total anual. 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	Se calcula como la retribución total, ponderando como si todas las personas con reducción de jornada trabajaran a jornada completa.	41-42
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	n.a.	Definición de medidas.	35
	Empleados con discapacidad.	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Número de empleados con discapacidad.	44

Tabla 33. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal				
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo.	403-2 Tipos de accidentes y tasa de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional.	Definición horarios.	45-46
	Número de horas de absentismo.		Número de horas de absentismo.	46-47
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales.	Definición de medidas.	45
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	403-2 Tipos de accidentes y tasa de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional.	Índice de frecuencia de accidentes (IF): cociente entre el número de accidentes totales y el número de horas trabajadas multiplicado por 10 ⁶ . Índice de gravedad (IG) se calcula como el cociente entre el número de jornadas perdidas y el número de jornadas trabajadas por 10 ³ .	47-50
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.			
Relaciones sociales	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad.	Definición de medidas.	51-52
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	102-41 Acuerdos de negociación colectiva.	% de trabajadores por convenio.	51
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.	Aspectos de seguridad y salud incluidos en los convenios.	51-52

Tabla 33. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal				
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación.	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	Política de formación.	52
	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.	52
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados. 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	Medidas derivadas de la política de igualdad y no discriminación.	53-54
	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.	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Política de igualdad y plan de igualdad.	53-54
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Número de empleados discapacitados.	44
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	406 - Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	Política de igualdad y no discriminación. Política contra el acoso y la discriminación.	54

Información sobre el respeto de los derechos humanos

Tabla 34. Información relativa al respeto de los derechos humanos			
Apartado Ley 11/2018	Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta. 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	Análisis de la política de derechos humanos.	55-58
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.	55-59
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas. 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 2019 no se han registrado denuncias relacionadas con la posible vulneración de los derechos humanos.	17-20, 59
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 35. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Apartado Ley 11/2018	Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta. 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas. 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	Código Ético	17-18, 60-63
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.	60-63
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	€/año aportados por fundación o entidad sin ánimo de lucro. Colaboraciones con entidades sin ánimo de lucro.	64

Información sobre la sociedad

Tabla 36. Información sobre la sociedad				
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores.	Número de trabajadores.	37
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores.	Número de trabajadores.	37
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta.	Análisis del Código Ético y del Compromiso de Sostenibilidad.	14-15, 17-20, 23 64
	Acciones de asociación o patrocinio.	102-12 Iniciativas externas.	Detalle de las asociaciones de las cuales se forma parte.	23
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	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 de acuerdo con los criterios sociales.	Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad.	14-15, 17-20, 25, 33, 50, 56-58
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	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 de acuerdo con los criterios sociales.	Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad. Programa propio de evaluación del impacto sostenible de sus socios.	14-15, 17-20, 25, 33, 50, 56-58

Tabla 36. Información sobre la sociedad				
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
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.	Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad.	14-15, 17-20, 25, 33, 50, 56-58
		414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios sociales.		
Consumidores	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. 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios.	Análisis del Código Ético. Análisis del estudio de percepción de la marca.	14-15, 21-23
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios. 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.	Análisis de los sistemas y procedimientos de reclamación.	21-23
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país.	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	Información en base a criterios contables.	24
	Impuestos sobre beneficios pagados.	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	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 2019

H&M