



H&M España

Estado de Información No Financiera 2021



Contenido

HM

NA

FB

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| PREÁMBULO | 6 |
| 1. VISIÓN GENERAL DEL GRUPO H&M | 7 |
| 1.1. Modelo de negocio – presentación del grupo | 7 |
| Grupo H&M en el mundo..... | 7 |
| Cronología del Grupo H&M | 8 |
| 1.2. Estructura de la sociedad | 10 |
| 1.3. Marco considerado..... | 11 |
| 1.4. Materialidad | 12 |
| 2. GOBIERNO CORPORATIVO | 14 |
| 2.1. Gobierno corporativo (miembros y estructura)..... | 14 |
| 2.2. Código Ético..... | 15 |
| 2.3. Políticas de H&M España | 17 |
| 3. ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD | 18 |
| 3.1. Servicios de H&M España..... | 18 |
| 3.2. Gestión de proveedores y terceros..... | 18 |
| 3.3. Gestión de reclamaciones y valoración del servicio | 22 |
| Procedimiento de reclamaciones | 22 |
| Valoración del servicio..... | 23 |
| 3.4. Asociaciones..... | 24 |
| 3.5. Información fiscal | 24 |
| 4. GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE | 25 |
| 4.1. Políticas del grupo y compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible . | 25 |
| 4.2. Riesgos en materia de medio ambiente | 26 |
| 4.3. Economía circular y prevención y gestión de residuos | 27 |
| 4.4. Uso sostenible de recursos | 31 |
| Consumo de agua | 31 |
| Consumo energético | 31 |
| Consumo de materiales | 33 |
| 4.5. Cambio climático y control de emisiones | 34 |
| 4.6. Protección de la biodiversidad..... | 35 |
| 5. GESTIÓN DE PERSONAS | 36 |
| 5.1. Políticas de personas..... | 36 |
| 5.2. Riesgos en la gestión de personas | 37 |
| 5.3. Generación de empleo | 38 |

HM

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional | 40 |
| Distribución de modalidades de contrato..... | 41 |
| Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional | 44 |
| Remuneraciones medias segregadas por edad, sexo y categoría profesional | 44 |
| Brecha salarial..... | 46 |
| Empleados con discapacidad | 47 |
| 5.4. Organización del trabajo..... | 48 |
| 5.5. Salud y seguridad..... | 51 |
| 5.6. Relaciones sociales..... | 57 |
| 5.7. Formación | 58 |
| 5.8. Igualdad | 59 |
| 5.9. Accesibilidad de personas con discapacidad | 60 |
| 6. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS..... | 61 |
| 6.1. Políticas en materia de respeto de los derechos humanos | 61 |
| 6.2. Riesgos en materia de respeto de los derechos humanos..... | 64 |
| 6.3. Origen de los proveedores | 64 |
| 7. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO | 66 |
| 7.1. Políticas en materia de lucha contra la corrupción y el soborno | 66 |
| 7.2. Riesgos en materia de lucha contra la corrupción y el soborno | 70 |
| 7.3. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro | 70 |
| 8. ÍNDICE DE LOS INDICADORES ESTABLECIDOS POR LA LEY 11/2018 | 71 |

NA

FB

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Distribución de H&M España | 11 |
| Tabla 2. Directivos del Grupo H&M..... | 14 |
| Tabla 3. Asociaciones a las que pertenece H&M España (2021) | 24 |
| Tabla 4. Información fiscal. Euros (2021)..... | 24 |
| Tabla 5. Subvenciones recibidas. Euros (2021)..... | 24 |
| Tabla 6. Generación de residuos no peligrosos por tipo en H&M España | 30 |
| Tabla 7. Generación de residuos peligrosos por tipo en H&M España..... | 30 |
| Tabla 8. Consumo de agua | 31 |
| Tabla 9. Consumo energético en función de la fuente de energía..... | 31 |
| Tabla 10. Materiales utilizados por peso | 34 |
| Tabla 11. Emisiones de Gases de Efecto Invernadero | 34 |
| Tabla 12. Distribución de empleados por sexo y edad | 40 |
| Tabla 13. Distribución de empleados por categoría profesional | 40 |
| Tabla 14. Distribución de empleados por tipo de contrato..... | 41 |
| Tabla 15. Distribución de empleados por tipo de jornada | 41 |
| Tabla 16. Promedio anual de contratos indefinidos segregado por sexo, edad y categoría profesional.. | 42 |
| Tabla 17. Promedio anual de contratos temporales segregado por sexo, edad y categoría profesional . | 42 |
| Tabla 18. Promedio anual de contratos a tiempo parcial segregado por sexo, edad y categoría profesional | 42 |
| Tabla 19. Número de despidos segregado por sexo, edad y categoría profesional | 44 |
| Tabla 20. Remuneración promedio segregada por sexo (euros) | 45 |
| Tabla 21. Remuneración promedio segregada por edad y sexo (euros)..... | 45 |
| Tabla 22. Remuneración promedio segregada por categoría y sexo (euros) | 46 |

HM

NA

FB

HM

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 23. Remuneración media, incluyendo todos los conceptos, de los directivos segregada por sexo (euros) | 46 |
| Tabla 24. Brecha salarial total y segregada por categoría profesional | 47 |
| Tabla 25. Número de empleados con discapacidad | 47 |
| Tabla 26. Número de horas de ausencia | 50 |
| Tabla 27. Accidentes de trabajo por sexo | 55 |
| Tabla 28. Accidentes de trabajo in itinere por sexo | 55 |
| Tabla 29. Tasa de frecuencia (TFA) de accidentes por sexo | 55 |
| Tabla 30. Tasa de gravedad por sexo | 56 |
| Tabla 31. Cantidad de horas de formación realizadas por H&M España | 58 |
| Tabla 32. Información general de la sociedad | 71 |
| Tabla 33. Información sobre cuestiones ambientales | 72 |
| Tabla 34. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal | 74 |
| Tabla 35. Información relativa al respeto de los derechos humanos | 77 |
| Tabla 36. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno | 78 |
| Tabla 37. Información sobre la sociedad | 79 |

NA

FB

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 Objetivos del Grupo Layna | 29 |
| Figura 2 Estado del proyecto de iluminación de tiendas de H&M mediante LEDs. | 33 |
| Figura 3 Porcentaje de empleados segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha). | 40 |
| Figura 4 Porcentaje de empleados segregado por categoría profesional..... | 41 |
| Figura 5 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función del sexo..... | 43 |
| Figura 6 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función de la edad. | 43 |
| Figura 7 Porcentaje de empleados despedidos segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).... | 44 |
| Figura 8 Porcentaje de empleados despedidos segregado por categoría profesional. | 44 |
| Figura 9 Porcentaje de las horas de absentismo según tipología. | 51 |
| Figura 10 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). | 65 |

HM

NA

FB

PREÁMBULO

HM

El presente estado de información no financiera forma parte del Informe de Gestión Consolidada del ejercicio 2021 de Hennes & Mauritz SL (en adelante, H&M España), y se ha elaborado para dar cumplimiento a los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

El estado de información no financiera incorpora la información del año fiscal 2021 de la compañía, que comprende del 1 de diciembre de 2020 al 30 de noviembre de 2021.

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.

NA

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

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

FB

1. VISION GENERAL DEL GRUPO H&M

1.1. Modelo de negocio – presentación del grupo

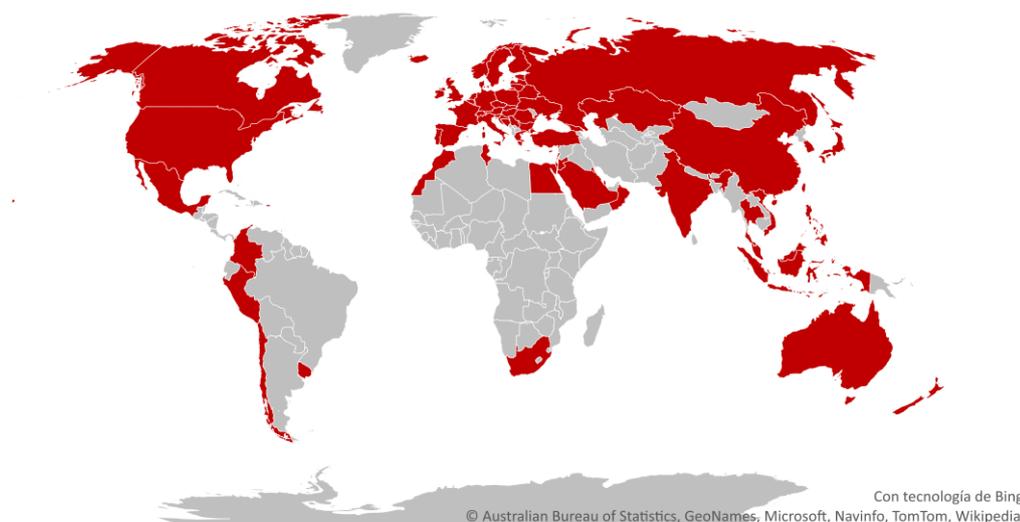
HM

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

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

Grupo H&M en el mundo

NA

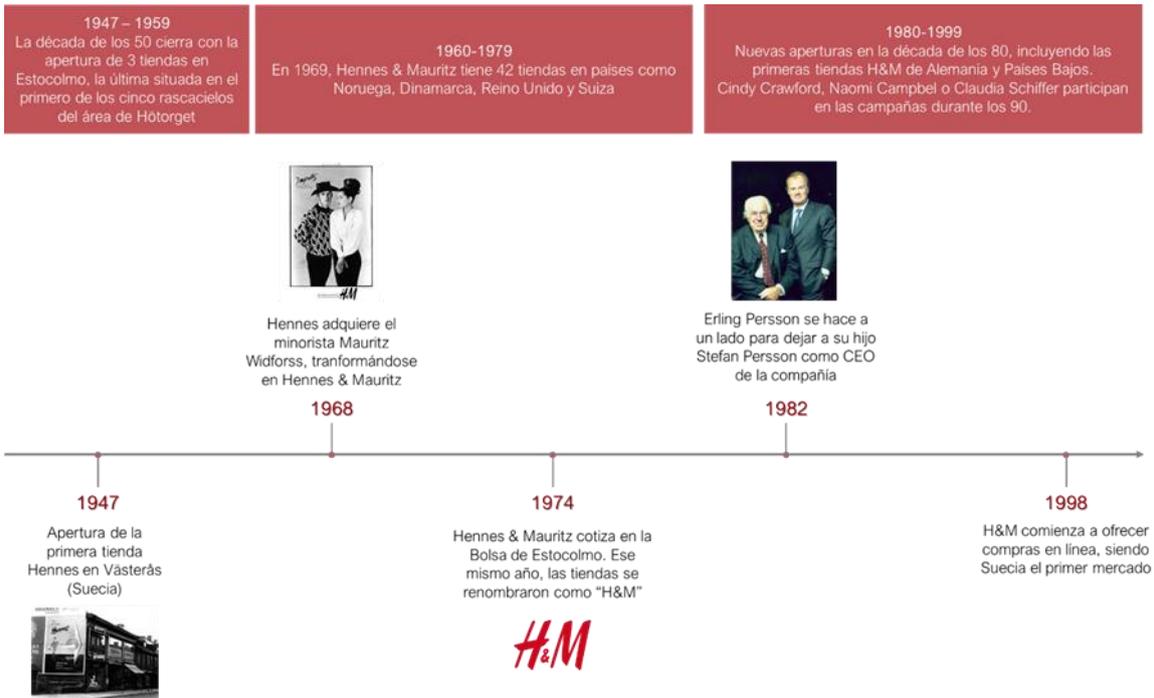


En este sentido, la franquicia no forma parte de la estrategia general de expansión del Grupo H&M. Las tiendas son administradas directamente por la compañía, con la excepción de algunos mercados donde, por razones regulatorias, se colabora con socios de franquicias (como es el caso de Emiratos Árabes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

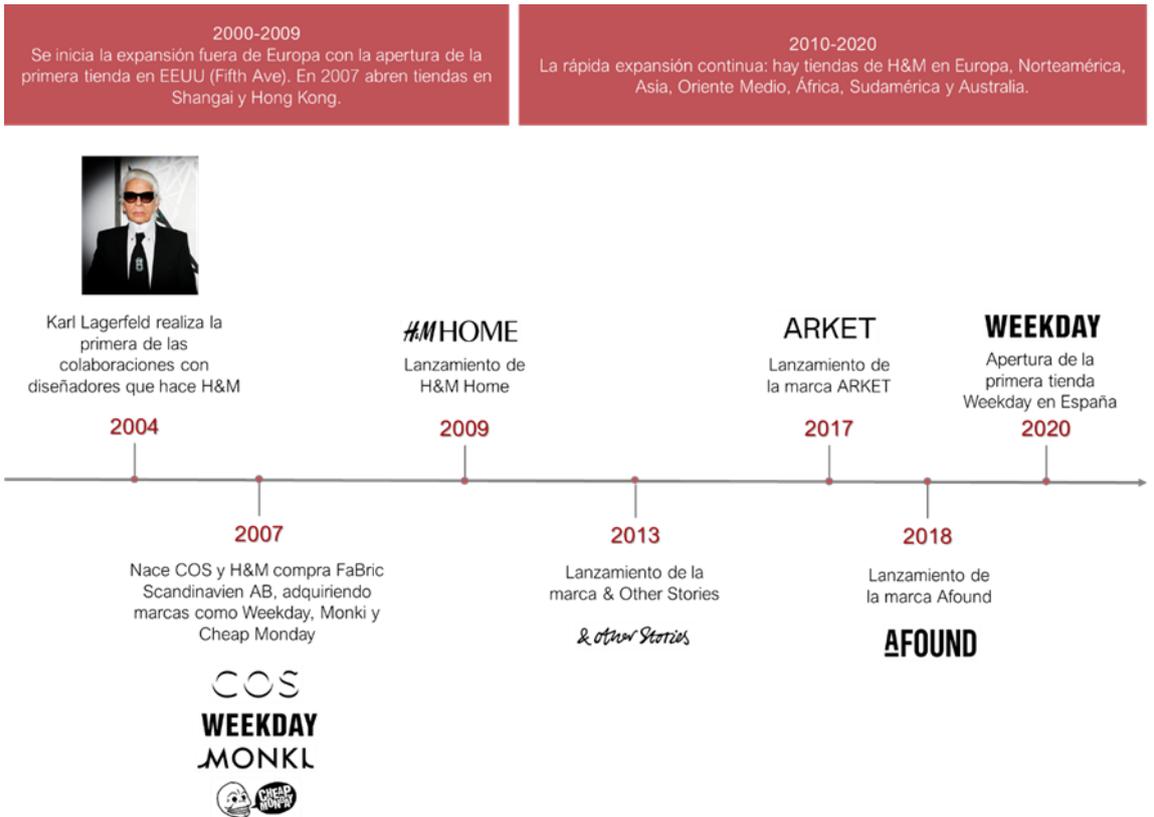
FB

Cronología del Grupo H&M

HM



NA



FB

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.

HM



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 e impulsamos iniciativas que ponen en marcha nuestro negocio.
- Aunque somos grandes, abrir nuevos caminos es tan importante hoy como lo era cuando se fundó la compañía. Todavía estamos compitiendo por la confianza de cada cliente, y trabajamos duro para continuar siendo su primera opción. Todos los días. En todos lados.



Mejora constante

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

NA



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.

FB

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, SLU.¹, dedicada al servicio de atención al cliente relacionado con la compra de productos de moda, accesorios y cosméticos vía telefónica, telemática o por cualquier otro medio; así como al servicio de distribución de dichos productos de venta online. Asimismo, desde finales de verano de 2021, la sede del equipo de la Región Sur de Europa (donde se incluyen los mercados de España y Portugal) se ubica en Barcelona.

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



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

Por otro lado, la distribución de H&M España en el mercado español consta de **136 tiendas repartidas por todo el territorio nacional de H&M y H&M Home**. También tiene un centro logístico ubicado en Torrejón de Ardoz (Madrid) y un almacén en Illescas (Toledo) ²

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

² El almacén de Illescas pertenece a HENNES & MAURITZ SERVICES, SLU. y desde él se gestionan las ventas online del sur de Europa.

dedicado al Servicio de Atención al Cliente y la venta online. Asimismo, también cuenta con 7 tiendas de la marca **COS**, 2 tiendas de **& Other Stories** y una tienda de la marca **Weekday**.

Tabla 1. Distribución de H&M España

| MARCA | UBICACIÓN | DIRECCIÓN |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| COS | Barcelona | Paseo de Gracia 27 - 08007 |
| | Bilbao | Gran Vía 45 - 48011 |
| | Madrid | Calle de Claudio Coello 53-33 - 28001 |
| | | Avenida de Europa 13-15. Centro Comercial Moraleja Green - 28108 |
| | Marbella | Calle Fuencarral 16 - 28004 |
| | Valencia | Carretera de Ojén. Parque Comercial la Cañada - 29600 |
| & Other Stories | Barcelona | Paseo de Gracia 8-10 - 08007 |
| | Madrid | Calle Hermosilla 15 - 28001 |
| Weekday | Barcelona | Paseo de Gracia 33 - 08007 |
| H&M H&M Home | 136 tiendas en todo el territorio nacional excepto en Ceuta y las provincias de Ávila, Huesca, Segovia, Teruel y Zamora. | |

1.3. Marco considerado

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

1.4. Materialidad

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

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

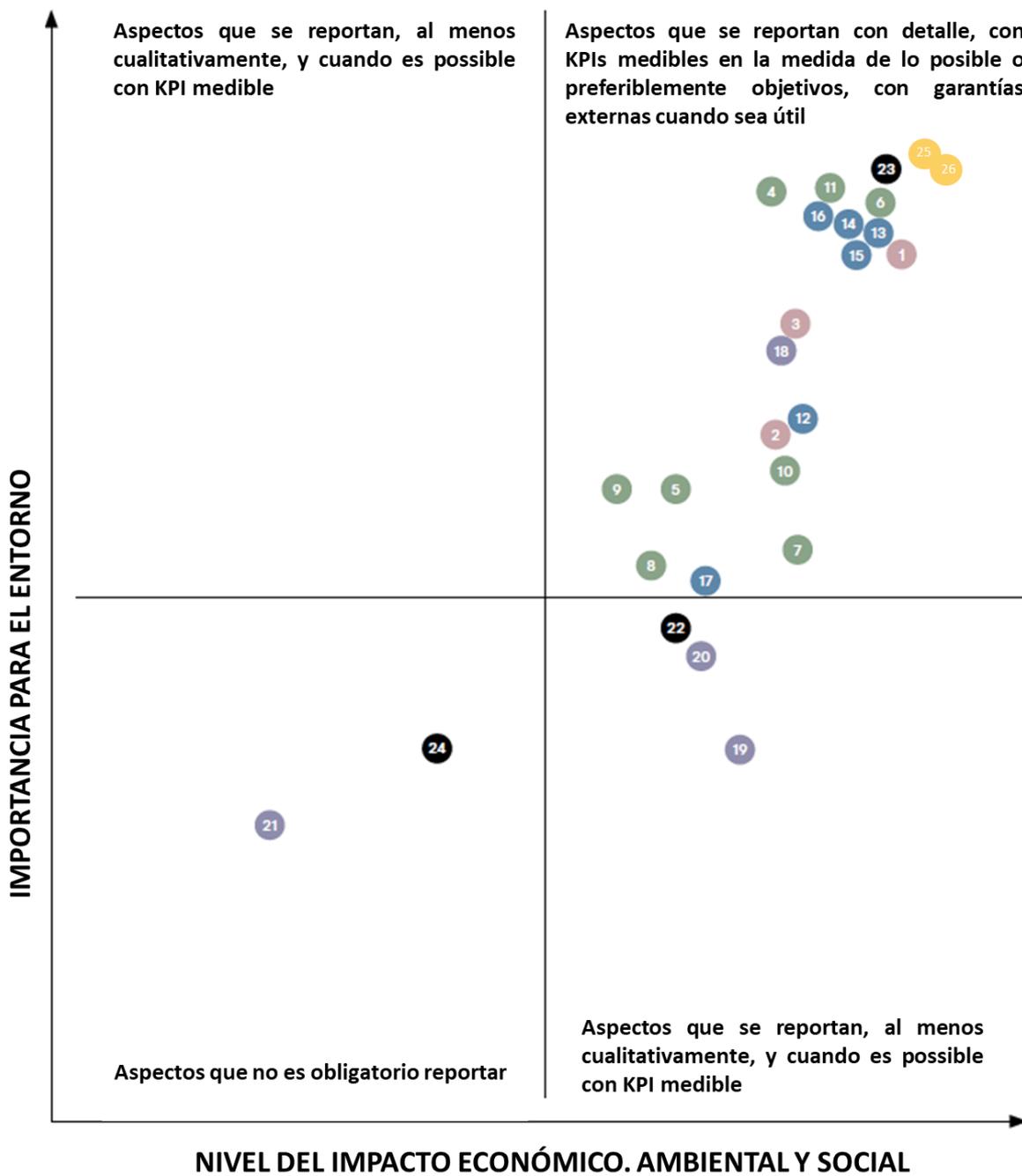
En este sentido, los distintos aspectos materiales extraídos del análisis de materialidad han sido incluidos en el informe, cada uno de ellos en el capítulo correspondiente.

| ÁREAS DE INTERÉS | ÁREAS DE TRABAJO | SUBÁREAS DE TRABAJO | ASPECTOS CRÍTICOS |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| LIDERANDO EL CAMBIO  | INOVACIÓN | 1. Innovación | Diseño, materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, transporte, ventas, uso |
| | TRANSPARENCIA | 2. Impulsar la transparencia | Producción de hilos y tejidos, producción de prendas, |
| | RECOMPENSAR ACCIONES SOSTENIBLES | 3. Recompensar acciones sostenibles | Diseño, materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, transporte, ventas, uso |
| 100% CIRCULAR Y RENOVABLE  | 100% CIRCULAR | 4. Materiales reciclados y otros de origen sostenible | Diseño, materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, 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 hilos y tejidos, producción de prendas, ventas, uso |
| | | 7. Agua | Diseño, materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, ventas, uso |
| | | 8. Residuos | Diseño, materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, transporte, ventas, uso |
| | | 9. Packaging | Producción de prendas, ventas, uso |
| | 100% RENOVABLE | 11. Clima | Materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, transporte, ventas, uso |
| JUSTICIA Y EQUIDAD  | EMPLEO JUSTO | 12. Contratos justos | Materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, transporte, ventas |
| | | 13. Relaciones con la industria | Producción de prendas, ventas |
| | | 14. Salarios justos | Producción de prendas, ventas |
| | | 15. Derechos Humanos | Diseño, materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, ventas, uso |
| | DIVERSIDAD E INCLUSIÓN | 16. Inclusión y diversidad | Diseño, producción de prendas, ventas, uso |
| 17. Desarrollo de la comunidad | | Producción de prendas, ventas | |
| NORMAS Y POLÍTICAS | | 18. Cadena de suministro | Producción de hilos y tejidos, producción de prendas |
| | | 19. Anticorrupción | Materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, transporte, ventas |
| | | 20. Marketing responsable | Ventas, uso |
| | | 21. Competencia empresarial justa | Producción de hilos y tejidos, producción de prendas, transporte, ventas |
| OTROS TEMAS IDENTIFICADOS | | 22. Biodiversidad | Materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, |
| | | 23. Desempeño económico | Ventas |
| | | 24. Posición en el mercado | Materias primas, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, ventas |
| GESTIÓN DE LA CRISIS SANITARIA | | 25. Salud y seguridad empleados | Diseño, producción de hilos y tejidos, producción de prendas, transporte, ventas |
| | | 26. Salud y seguridad clientes | Ventas, uso |

HM

NA

FB



2. GOBIERNO CORPORATIVO

2.1. Gobierno corporativo (miembros y estructura)

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

Tabla 2. Directivos del Grupo H&M

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

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



2.2. Código Ético

Para el Grupo H&M es muy importante que todas las operaciones se realicen con honestidad, transparencia, integridad y conforme a las reglas. Para asegurar estas buenas prácticas en las operaciones llevadas a cabo en el Grupo, en 2003 se implantó el **Código Ético** de H&M (siendo revisado por última vez en 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. Por ello, el Grupo H&M ha elaborado (i) un Código Ético que es aplicable para empleados y (ii) un Código Ético aplicable para proveedores y socios comerciales. En el presente capítulo se detallan los principios que deben aceptar los empleados del Grupo.

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

- **Tolerancia cero hacia el soborno y la corrupción:** de conformidad con el Código Ético, los sobornos incluyen la donación, la promesa, el ofrecimiento, la aceptación, la solicitud o la recepción de ventajas económicas o de otro tipo con la finalidad de que se realice una actividad específica. La empresa no tolera ningún tipo de soborno, ni aceptarlo ni practicarlo. Tampoco se permiten pagos de facilitación cuando se represente o actúe en nombre de la empresa.
- **Tratos de favor:** no se permite solicitar, recibir, aceptar y negociar, ofrecer o dar cualquier tipo de trato de favor a/por parte de proveedores o socios comerciales, contratistas o cualquier otra persona/organizaciones relacionadas con la actividad empresarial de H&M. No se tiene en cuenta si el trato de favor se facilita directamente o a través de un tercero. Tampoco se permite que ningún empleado ni su familia directa ofrezcan, garanticen o acepten préstamos de personas u organizaciones con las que se contacta a través de H&M. Asimismo, los empleados no aceptarán invitaciones a **cenos 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 cuando pasan a formar parte de la compañía. Además, para asegurar que sus empleados tienen conocimientos sobre cómo actuar en diferentes situaciones para representar al Grupo H&M, deben asistir a una **formación obligatoria** sobre el Código Ético. Es responsabilidad del empleado comprender su contenido, y respetar las directrices y procedimientos que figuran en el mismo en el trabajo diario. En caso de infracciones, y dado que la mayoría de las secciones del Código Ético de H&M se alinean con la legislación de los países en los que opera la empresa, todo incumplimiento deliberado de estas directrices puede ser constitutivo de delito. En este sentido, el Grupo H&M cuenta con un **canal de denuncias**, gestionado desde la matriz del Grupo en Suecia, para recibir denuncias en materia de ética e integridad, el cual cuenta con medidas para garantizar la confidencialidad de cualquier denuncia realizada.

Además, H&M España dispone del **Manual del Empleado**, actualizado en enero de 2021, 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.

HM

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

NA

FB

3. ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD

3.1. Servicios de H&M España

El Grupo H&M en España, se dedica al comercio de textiles y ropa lista para usar, zapatos, accesorios y cosméticos, entre otros y opera a través de las siguientes marcas: H&M, H&M Home, & Other Stories, COS y Weekday ³



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

3.2. Gestión de proveedores y terceros

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

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

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

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:

HM



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

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

NA

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.

FB

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

HM

1. Lugares de trabajo saludables

- 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

2. Ecosistemas saludables

- 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

3. Bienestar animal

- 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.

NA

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.

FB

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

3.3. Gestión de reclamaciones y valoración del servicio

En primer lugar, cabe tener en cuenta que, tras la fabricación de las prendas, antes de que lleguen a España, el Grupo H&M realiza estrictos análisis de calidad y evalúa la seguridad y salud de todos los productos comercializados. Específicamente en materia de seguridad de los productos químicos, existe un Listado de Sustancias Restringidas para la Fabricación de los diferentes tipos de producto.

Procedimiento de reclamaciones

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

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

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

En este contexto, en el año fiscal 2021 se han contabilizado 452 reclamaciones recibidas a través de las hojas de reclamaciones que se encuentran en las tiendas físicas. Adicionalmente, en 2020 la compañía implementó un sistema para contabilizar las reclamaciones que se reciben a través del *Servicio de Atención al Cliente* y del teléfono 901 120 084 y que derivan de experiencias de compra realizadas en tienda física. De este modo, se han podido contabilizar 809 reclamaciones adicionales a las referidas anteriormente y recibidas por estos canales durante el ejercicio de 2021. No obstante, la configuración de los sistemas con los que cuenta el *Servicio de Atención al Cliente* no permite contabilizar las reclamaciones que se reciben por parte de clientes que han realizado sus pedidos de forma online.

Por otro lado, en el ejercicio fiscal de 2020, se recibieron 323 reclamaciones a través de las hojas de reclamaciones oficiales y 359 reclamaciones a través del *Servicio de Atención al Cliente*.

Sin perjuicio de lo anterior, en cuanto a las reclamaciones recibidas por parte de clientes que han realizado su compra online durante el ejercicio 2021 y que son gestionadas por el *Servicio de Atención al Cliente*, se puede establecer que, en base a las razones de dichas consultas y el trato dado se podrían agrupar en los siguientes grupos:

Reclamaciones relacionadas con compras online

1) Gestor comercial

En todos los supuestos tanto de reclamaciones como de cualquier tipo de insatisfacción recibida por parte del cliente (ya sea motivada por la calidad, proceso de compra u otras razones), se procede a valorar la exposición por parte del cliente y solventar, individualmente, cualquier posible incidencia llegando 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 (2021)

| |
|----------------------------------------------------------------------|
| 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 |
| Associació Amics de la Rambla |
| GSB Illustre Col. Of. Graduats Soc. |
| Gremi de comerç i sastreria |
| Fundación para la Gestión Medioambiental |
| Confederación de Organizaciones de empresarios salmantinos (CONFAES) |
| Federación Onubense de Empresarios |
| Associación Amics del Passeig de Gràcia |
| Confederación Empresarial Provincia de Cádiz (CEC) |
| Asociación para la autorregulación de la Comunicación Comercial |
| Agrupació Catalana del Textil |
| Asociación Española de Centros Comerciales (AECC) |

HM

NA

3.5. Información fiscal

Los beneficios obtenidos y los impuestos pagados por H&M España íntegramente en España en 2021 se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 4. Información fiscal. Euros (2021)

| | 2021 | 2020 |
|------------------------------------|----------------|--------------|
| Beneficios obtenidos en España | - 7.643.471,03 | 3.834.967,70 |
| Impuestos sobre beneficios pagados | 0,00 | 521.498,86 |

En 2021, H&M España no ha recibido ninguna subvención. Por otro lado, el importe definido como subvenciones en 2020, se corresponde a la bonificación del pago de la Seguridad Social como consecuencia de los ERTE realizados en ese año fiscal, por lo que no se trata de un ingreso que haya recibido H&M España por parte de la Administración Pública.

Tabla 5. Subvenciones recibidas. Euros (2021)

| | 2021 | 2020 |
|------------------------|------|-----------|
| Subvenciones recibidas | 0 | 7.126.794 |

FB

4. GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

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

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

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

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

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

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

- **International Finance Cooperation (IFC):** en 2017 el Grupo H&M firmó con IFC un acuerdo de cooperación para desarrollar una Hoja de Ruta Baja en Carbono para ser implementada a lo largo de su propia cadena de suministro.
- **RE100:** iniciativa global que une más de 100 empresas influyentes comprometidas con un 100% de electricidad proveniente de fuentes renovables.
- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas:** el Pacto Mundial es una iniciativa de política estratégica para las empresas que se comprometen a alinear sus operaciones y estrategias con 10 principios universalmente aceptados sobre derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción.
- **Ellen MacArthur Foundation:** la fundación Ellen MacArthur es organización clave en la promoción de la economía circular. H&M, como Socio Global de la Fundación y de su programa “Circular Economy 100”, trabajan juntamente con otras compañías, gobiernos y ciudades para acelerar la transición a una economía circular. El Grupo H&M es uno de los principales socios de la iniciativa “Make Fashion Circular” de la Fundación, así como de la iniciativa “New Plastics Economy Global Commitment”. Asimismo, durante el 2021, el Grupo H&M, en colaboración con la Fundación y el Centro de Resiliencia de Estocolmo, ha lanzado un plan estratégico para la industria

de la moda con el objetivo de desarrollar una actividad empresarial que opere dentro de los límites del planeta.

- **2030 Water Resource Group:** 2030 WRG es una asociación pública, privada y de la sociedad civil liderada por el Grupo del Banco Mundial. La asociación apoya colaboraciones a nivel de país diseñadas para unir diversos grupos que tienen por interés común la gestión sostenible de recursos hídricos.
- **Global Fashion Agenda's 2020:** es una iniciativa que reúne a múltiples empresas del mundo de la moda que se comprometen a fomentar la circularidad en el sector.
- **CDP's 2020 A List for climate:** es una iniciativa que reconoce a empresas líderes en materia de gestión ambiental y transparencia. Durante el 2020, para elaborar esta lista se evaluaron más de 9.600 empresas, entre ellas el Grupo H&M, que consiguió colocarse dentro de las 273 compañías más responsables en relación al cambio climático.
- **Green Recovery Alliance:** junto con otras 180 organizaciones públicas y privadas el Grupo H&M se ha sumado a esta iniciativa que busca fomentar que la recuperación social y económica tras la pandemia del COVID-19 este basada en el respeto por el medio ambiente y abogue por un crecimiento sostenible.

4.2. Riesgos en materia de medio ambiente

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

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

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

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

La promoción de la circularidad en el sector de la moda desarrollada por el Grupo H&M se basa en primer término en el ecodiseño de los productos, minimizando el consumo de recursos y trabajando con materiales reciclados u otros materiales de origen sostenible: así como prolongando la vida útil del producto y potenciando una cadena de valor 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 reciclados y/o provengan de fuentes más sostenibles. Asimismo, la compañía se ha comprometido a que para 2025 un 30% de las materias primas sean recicladas** (mediante la promoción del uso de fibras recicladas).

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

Recuperación de ropa en H&M España

H&M tiene cajas de reciclaje en las tiendas de todo el mundo y aceptan ropa de cualquier marca y en cualquier estado. Estas cajas normalmente se encuentran junto a los mostradores de las cajas. Los usuarios 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. Por otro lado, en las tiendas de &Other stories se reciben cupones válidos para descuentos de un 10% en la ropa.

La ropa recogida, se clasifica posteriormente en tres categorías:

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

Esta iniciativa comenzó en 2013 y sigue creciendo ya que el Grupo H&M tiene el objetivo de contar con sistemas de recogida de prendas de vestir en el 100% de las tiendas del Grupo H&M. Por ello, en la medida de lo posible y respetando siempre las restricciones sanitarias de cada país, la recogida de ropa ha continuado durante el 2021 a pesar de la pandemia. De hecho, desde 2021, los clientes que han hecho uso del programa de recogida de ropa de H&M, han recibido puntos *Conscious* canjeables para sus futuras compras. Estos puntos también se obtienen al comprar artículos de la colección *Conscious*. De esta forma, el Grupo H&M facilita el seguimiento por parte de los consumidores de sus decisiones *Conscious*.

Por otro lado, otra iniciativa a destacar en la promoción de la circularidad por parte del Grupo H&M es la incorporación de píldoras informativas online, accesibles mediante su web, en la que se ofrecen **consejos para maximizar la vida de sus productos**, tal y como se explica en el siguiente cuadro:

H&M Take Care

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

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

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

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

Diseño de tienda circular

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

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

Asimismo, el Grupo H&M está tomando medidas para reducir el uso de embalajes plástico y, en consecuencia, el residuo que generan. En esta línea, la compañía a nivel global está cambiando el sistema de embalaje para los productos de e-commerce, sustituyendo los plásticos de un solo uso por otros elementos fabricados a partir de papel certificado de gestión sostenible de los bosques (Forest Stewardship Council, FSC). Esta nueva política, que ha comenzado en 2021, se espera que aplique a todas las marcas en todos los mercados para 2022.

La cantidad de residuos no peligrosos generados por H&M España a lo largo de 2021 se pueden ver en la siguiente tabla:

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

| RESIDUO | CANTIDAD (TONELADAS) | |
|-----------------------------------------|----------------------|--------|
| | 2021 | 2020 |
| Residuos de perchas de plástico | 186,18 | 173,16 |
| Residuo de perchas multimaterial | 65,16 | 38,82 |
| Madera | 26,86 | 42,16 |
| Cartón y papel | 741,44 | 764,65 |
| Plástico | 35,53 | 31,72 |
| Resto | 817,98 | 847,36 |
| Otros | 191,08 | 67,72 |

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

Por otro lado, la cantidad de residuos peligrosos generados por H&M España a lo largo de 2021 se puede ver en la siguiente tabla:

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

| RESIDUO | CÓDIGO L.E.R. | CANTIDAD (KG) | |
|------------------------------|------------------------|---------------|-------|
| | | 2021 | 2020 |
| Tóner | 08 03 18 | 581 | 1.251 |
| Pilas y acumuladores | 20 01 33 / 16 06 04 | 0 | 296 |
| Fluorescentes | 20 01 21 | 519 | 520 |
| Pinturas y barniz | 08 03 12 | 466 | 281 |
| Electrónica RAEE | 00 13 5* - 61 | 6.185 | 6.659 |
| Cosmética | 16 03 05 | 4.704 | 2.808 |
| Aerosoles inflamables | 16 05 04 | 20 | 225 |
| Envases contaminados | 15 01 10 | 109 | 92 |
| Aparatos CFC | 60 21 1*-11 | 128 | 562 |
| Monitores y pantallas | 160213*-22* | 0 | 0 |
| Bolsas antihumedad | 160303 | 15.588 | - |

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

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

HM

NA

FB

4.4. Uso sostenible de recursos

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

Consumo de agua

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

- Reducir el uso de agua de producción en un 25% en comparación con la línea de base de 2017.
- Promover la recolección de agua de lluvia allá 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 2021. Por otro lado, en el almacén logístico, H&M España realiza la **captación de aguas pluviales para su reutilización**.

Tabla 8. Consumo de agua

| CONSUMO (m ³) | |
|---------------------------|-----------|
| 2021 ⁴ | 2020 |
| 23.524,69 | 27.955,64 |

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

Consumo energético

A continuación, se presenta el consumo energético total para H&M España durante el 2021.

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

| FUENTE DE ENERGÍA | CONSUMO (kWh) | |
|---------------------|-------------------|------------|
| | 2021 | 2020 |
| Electricidad | 50.917.392 | 53.532.540 |
| Gas natural | 104.468 | 102.138 |
| TOTAL | 51.021.860 | 53.634.678 |

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

⁴ El consumo de agua del 2021 incluye 7.941 m² calculados en base a una estimación del consumo medio anual para aquellas tiendas de las que no se disponen datos reales.

Tal y como puede verse en la tabla, el nivel de consumo energético ha bajado respecto al consumo de 2020. Esta diferencia se debe fundamentalmente al cierre de tiendas durante 2021.

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

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

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

Estrategia de gestión energética en tiendas del Grupo H&M

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

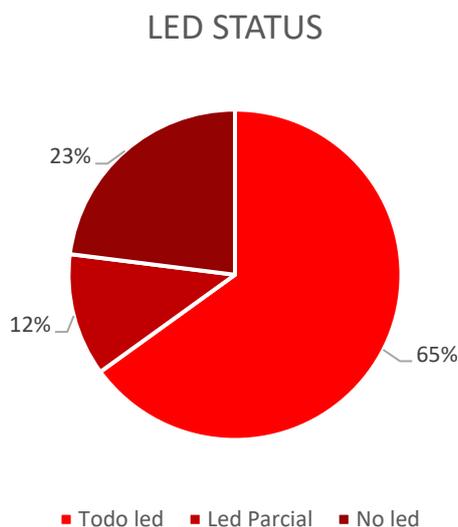
Estrategia de gestión energética en tiendas de H&M España

Iniciativas para mejorar la eficiencia energética en H&M España

- **Asegurar rutinas y consumo responsable en las tiendas.** Desde 2018 se trabaja con las tiendas para minimizar el consumo nocturno, asegurar que la temperatura en tienda es adecuada y que cuando solamente hay trabajadores se apaga parte de los elementos de consumo como cierta iluminación decorativa, escaleras mecánicas, etc.
- **Sustituir iluminación convencional por equivalente LED.** Desde 2019 se está sustituyendo la iluminación convencional por iluminación LED. Se espera tener todo el porfolio con iluminación LED a finales de 2022.

En la figura 2 se puede observar el estado del proyecto de sustitución de iluminación convencional por LED en España y Portugal, a fecha noviembre de 2021. En este sentido, más de un tercio de las tiendas ha sustituido total o parcialmente su iluminación convencional por leds.

HM



NA

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

Gracias a dicha estrategia de gestión energética, **se ha conseguido ahorrar un 20% de energía** entre el primer trimestre (sin confinamiento y sin restricciones) y el tercer trimestre (con restricciones menores) de 2020, respecto al mismo periodo en 2021.

Por otro lado, en el ámbito del transporte y la logística, en 2020 se comenzó con la implantación de una flota verde para el transporte de mercaderías, mediante la incorporación de una lanzadera que va a diario de Madrid a Murcia para hacer entregas y usa gas como combustible. Asimismo, en ese mismo año se incorporaron a la flota tres nuevos camiones que usan GNL como combustible por parte de una de las empresas transportistas que trabajan con H&M España. En esta misma línea, durante el 2021 se ha adquirido una nueva *linehaul* Madrid-San Fernando que emplea gas licuado como combustible. Además, se han incorporado dos camiones híbridos (diésel/eléctrico) en Madrid y un camión de gas licuado en la zona Norte.

EB

Consumo de materiales

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

Tabla 10. Materiales utilizados por peso

| | 2021 | 2020 |
|------------------|-----------|----------|
| Papel (kg) | 17.618,00 | 5.752,50 |
| Tóner (unidades) | 1.440 | 1.684 |

Durante el ejercicio de 2020, el consumo de papel fue menor respecto al 2021 debido a las restricciones sanitarias derivadas de la pandemia causada por el COVID-19, así como el fomento del trabajo a distancia como consecuencia de dicha situación.

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 un 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 de:

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

Tabla 11. Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

| | 2021 | 2020 |
|--------------------------------------------|-----------|-----------|
| Alcance 1 (tCO ₂) | 1.447,15 | 1.972,05 |
| Alcance 2 (tCO ₂) ⁵ | 12.729,35 | 13.006,62 |
| Alcance 3 (tCO ₂) ⁶ | 72.157,98 | 169,91 |

⁵ El cálculo de las emisiones se ha realizado mediante el método *market-based*.

⁶ Las emisiones de CO₂ reportadas de diciembre de 2020 a noviembre de 2021 se han estimado en base a la ratio mensual de emisiones calculado a partir de las emisiones totales generadas de septiembre de 2020 a agosto de 2021. Los tres meses restantes corresponden a la nueva compañía de viajes de H&M España y se han sumado a la primera estimación.

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

4.6. Protección de la biodiversidad

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

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

Compromiso de Sostenibilidad

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

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

5. GESTIÓN DE PERSONAS

5.1. Políticas de personas

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

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

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

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

HM

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.

NA

Asimismo, en el contexto de crisis sanitaria sufrida desde 2020, H&M España se enmarca en el grupo de empresas cuyos puestos de trabajo implican un riesgo de exposición profesional al COVID-19. Es por ello por lo que, se cerraron todos los centros y tiendas de H&M, a partir del 13 de marzo de 2020, un día antes de que entrara en vigor el Real Decreto 463/2020 por el que se declaró el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Esto fue debido a que el comercio al detalle de ropa no es considerado una actividad esencial según la Ley 8/2011, de 28 de abril, por la que se establecen medidas para la protección de infraestructuras críticas. En este contexto, en H&M España, tanto en sus tiendas como en sus oficinas y almacenes logísticos, se han seguido las medidas sanitarias establecidas en cada comunidad autónoma; de manera que se ha minimizado el riesgo derivado de la pandemia sobre empleados y consumidores.

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

FB

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:

HM

Política global de igualdad y no discriminación

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

En relación con la gestión del empleo dentro de H&M España, en el mes de enero de 2021, se produjo una nueva ola de COVID-19. Esta nueva ola, propició que los gobiernos de las diferentes comunidades autónomas dictaran medidas limitativas afectando al aforo en las superficies comerciales, horarios de apertura y/o, en algunos casos, como en determinados centros comerciales, decretando el cierre total al público de los establecimientos. Por ello, la compañía se vio obligado a solicitar un total de cinco ERTes, clasificados dentro de la categoría “ERTes por limitación”. Asimismo, en abril se inició un proceso de despido colectivo. Todo ello, dificulta la comparabilidad de los datos entre ambos años.

NA

De manera más detallada, en el siguiente cuadro se resume el proceso de gestión de los ERTes llevados a cabo por H&M España en 2021.

Gestión de ERTes en H&M España en el contexto de la crisis sanitaria originada por el COVID-19

El primer ERTE de 2021 fue solicitado por H&M el 19 de enero de 2021 para Cataluña y Extremadura. Y a esta solicitud, le siguieron cuatro solicitudes más de ERTE que afectaron a la práctica totalidad de comunidades autónomas de España donde H&M tenía establecimientos comerciales.

Todos estos ERTes fueron aprobados por la administración competente en cada caso.

A medida que las restricciones fueron relajándose, los ERTes se fueron revocando y a partir del día 21 de abril de 2021 no quedaba ninguna persona trabajadora de H&M en situación de ERTE.

FB

Asimismo, durante el 2021 han permanecido vigentes las medidas de ayuda para paliar los efectos del ERTE en la plantilla que se instauraron en 2020. Además de garantizar la aplicación del “Plan Mecuida” aprobado por el Gobierno (medidas reguladas legalmente), la Compañía previó otras medidas a fin de favorecer la conciliación de la vida familiar y

laboral. Estas medidas se pudieron utilizar mientras seguía aplicándose la situación de ERTE:

HM

Medidas de ayuda para paliar los efectos del ERTE en H&M España

- Para las personas con hijos menores de 17 años a cargo y con centros educativos cerrados, derecho a ser las últimas en reincorporarse mientras estuviera activo el ERTE. Además, ampliación de la posibilidad de solicitar una reducción de jornada del 100% (incluida en el plan Mecuida) para personas con hijos entre 12 y 17 años incluido.
- Otras medidas excepcionales de conciliación:
 - Flexibilidad en cambios de horario de trabajo.
 - Facilitar el disfrute de vacaciones, horas de exceso y días de asuntos propios si el Convenio lo preveía.
 - Posibilidad de acogerse a la “excedencia voluntaria excepcional”: no remunerada, no fraccionable y con reserva del puesto hasta el 15 de septiembre.
- Complementos a las prestaciones del SEPE. H&M ha mejorado la prestación pública del SEPE durante los ERTES.

Finalmente, en el cuadro siguiente se detalla el proceso de despido colectivo llevado a cabo en H&M España.

NA

Desarrollo del proceso de despido colectivo

Debido a causas productivas y organizativas, el día 6 de abril de 2021 se informó a los comités de empresa y delegados de personal de los centros afectados por el proceso de despido colectivo de la intención de la Empresa de iniciar un proceso de despido colectivo. Dicho proceso se ha desarrollado temporalmente de la siguiente manera:

- El 21 de abril los trabajadores constituyeron la Comisión Representativa de los Trabajadores.
- El día 23 de abril de 2021 se inició el proceso de negociación del despido colectivo.
- Se negoció con la parte social en diversas reuniones. La última reunión tuvo lugar el 25 de mayo de 2021.
- Las negociaciones finalizaron con acuerdo entre la parte social y empresarial. Se firmó un acuerdo el 25 de mayo, en el texto del acuerdo se consideraron acreditadas las causas legales de carácter productivo y organizativo.
- El proceso de despido se ha dado por finalizado en el mes de febrero de 2022.

EB

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 2021, a fecha 30 de noviembre de 2021.

Tabla 12. Distribución de empleados por sexo y edad

| | | 2021 | 2020 |
|--------------|------------|--------------|--------------|
| SEXO | Hombre | 792 | 859 |
| | Mujer | 3.863 | 4.127 |
| EDAD | < 30 años | 1.132 | 841 |
| | 30-50 años | 3.216 | 3.850 |
| | > 50 años | 307 | 295 |
| TOTAL | | 4.655 | 4.986 |

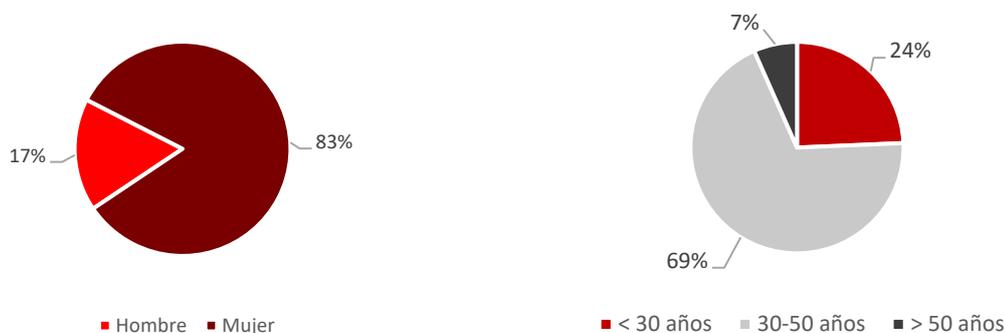


Figura 3 Porcentaje de empleados segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).

La totalidad de los empleados trabajan en España.

En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados por categoría profesional en H&M España en 2021, a fecha 30 de noviembre de 2021.

Tabla 13. Distribución de empleados por categoría profesional

| | | 2021 | 2020 |
|------------------------------|----------------------------------|--------------|--------------|
| CATEGORÍA PROFESIONAL | Altos directivos | 58 | 67 |
| | Ingenieros y técnicos | 81 | 86 |
| | Administrativos | 35 | 39 |
| | Personal de venta y distribución | 4.481 | 4.794 |
| TOTAL | | 4.655 | 4.986 |

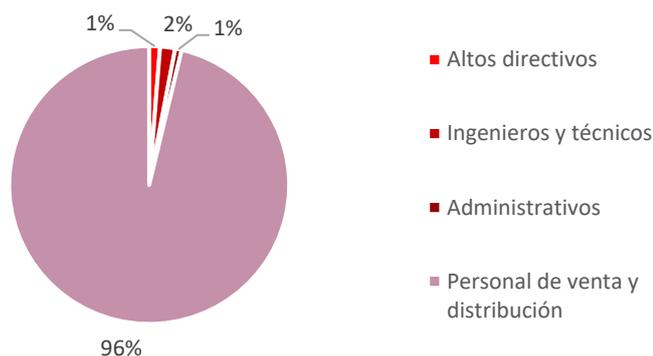


Figura 4 Porcentaje de empleados segregado por categoría profesional.

Distribución de modalidades de contrato

En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados por tipo de contrato en H&M España en 2021, a fecha 30 de noviembre de 2021:

Tabla 14. Distribución de empleados por tipo de contrato

| TIPO DE CONTRATO | 2021 | | 2020 |
|------------------|--------------|--------------|-------|
| | Indefinido | 4.232 | 4.937 |
| Temporal | 423 | 49 | |
| TOTAL | 4.655 | 4.986 | |

Tabla 15. Distribución de empleados por tipo de jornada

| TIPO DE JORNADA | 2021 | | 2020 |
|------------------|-------------------|--------------|-------|
| | A tiempo completo | 1.484 | 1.803 |
| A tiempo parcial | 3.171 | 3.183 | |
| TOTAL | 4.655 | 4.986 | |

Como puede verse en la tabla existe una diferencia significativa entre el número de contratos temporales respecto al ejercicio de 2020. Esto se debe principalmente al hecho de que en 2020 no hubo contratación temporal para la campaña de Navidad y en 2021 sí.

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

En la siguiente tabla se muestra el promedio de empleados por modalidad de contrato en función del sexo, la edad y la categoría profesional en H&M España en 2021.

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

| | | 2021 | 2020 ⁷ |
|------------------------------|----------------------------------|--------------|-------------------|
| SEXO | Hombre | 648 | 586 |
| | Mujer | 2819 | 2.502 |
| EDAD | < 30 años | 489 | 494 |
| | 30-50 años | 2730 | 2.413 |
| | > 50 años | 248 | 181 |
| CATEGORÍA PROFESIONAL | Altos directivos | 66 | 68 |
| | Ingenieros y técnicos | 81 | 79 |
| | Administrativos | 33 | 35 |
| | Personal de venta y distribución | 3.287 | 2.906 |

HM

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

| | | 2021 | 2020 ⁷ |
|------------------------------|----------------------------------|------------|-------------------|
| SEXO | Hombre | 17 | 39 |
| | Mujer | 136 | 149 |
| EDAD | < 30 años | 105 | 131 |
| | 30-50 años | 47 | 56 |
| | > 50 años | 1 | 1 |
| CATEGORÍA PROFESIONAL | Altos directivos | 1 | 1 |
| | Ingenieros y técnicos | 1 | 0 |
| | Administrativos | 1 | 2 |
| | Personal de venta y distribución | 150 | 185 |

NA

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

| | | 2021 | 2020 ⁷ |
|------------------------------|----------------------------------|--------------|-------------------|
| SEXO | Hombre | 246 | 237 |
| | Mujer | 1740 | 1.559 |
| EDAD | < 30 años | 474 | 484 |
| | 30-50 años | 1426 | 1.251 |
| | > 50 años | 86 | 61 |
| CATEGORÍA PROFESIONAL | Altos directivos | 1 | 1 |
| | Ingenieros y técnicos | 4 | 3 |
| | Administrativos | 8 | 8 |
| | Personal de venta y distribución | 1.973 | 1.784 |

FB

⁷ El promedio anual de contratos en 2020 se calculó en función del tiempo efectivo de trabajo teniendo en cuenta las suspensiones de contrato por ERTE.

HM

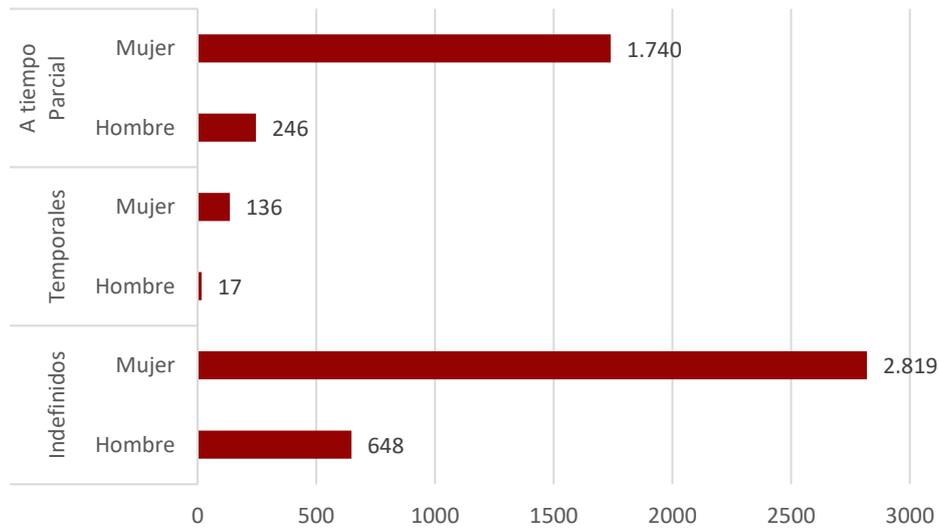


Figura 5 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función del sexo.

NA

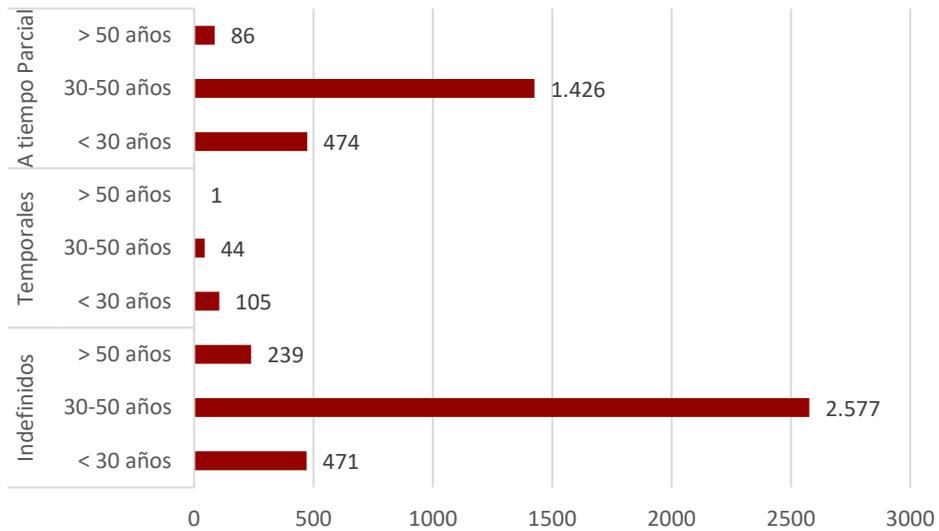


Figura 6 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función de la edad.

FB

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 2021. Cabe destacar, que, al estar su plantilla formada principalmente por mujeres, aumenta la representación de este género en las estadísticas.

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

| | | 2021 | 2020 |
|------------------------------|----------------------------------|------|------|
| SEXO | Hombre | 126 | 10 |
| | Mujer | 640 | 16 |
| EDAD | < 30 años | 92 | 6 |
| | 30-50 años | 649 | 19 |
| | > 50 años | 25 | 1 |
| CATEGORÍA PROFESIONAL | Altos directivos | 9 | 2 |
| | Ingenieros y técnicos | 0 | 1 |
| | Administrativos | 0 | - |
| | Personal de venta y distribución | 757 | 23 |

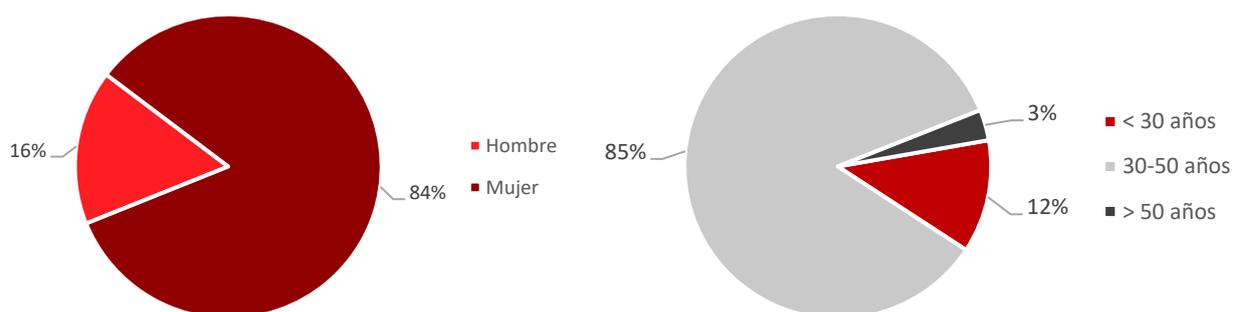


Figura 7 Porcentaje de empleados despedidos segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).

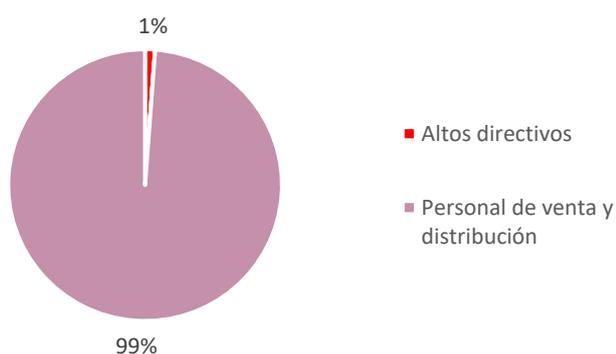


Figura 8 Porcentaje de empleados despedidos segregado por categoría profesional.

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.⁸

Tabla 20. Remuneración promedio segregada por sexo (euros)

| | | 2021 | 2020 |
|--------------|--------|---------------|---------------|
| SEXO | Hombre | 21.324 | 20.671 |
| | Mujer | 19.769 | 19.424 |
| TOTAL | | 20.034 | 19.639 |

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

| | | | 2021 | 2020 |
|------|------------|--------------|---------------|---------------|
| EDAD | < 30 años | Hombre | 18.453 | 17.339 |
| | | Mujer | 17.417 | 17.478 |
| | | TOTAL | 17.630 | 17.445 |
| | 30-50 años | Hombre | 21.941 | 21.445 |
| | | Mujer | 20.501 | 19.801 |
| | | TOTAL | 20.731 | 20.066 |
| | > 50 años | Hombre | 28.981 | 25.453 |
| | | Mujer | 20.293 | 19.535 |
| | | TOTAL | 21.595 | 20.317 |

En las siguientes tablas se muestra la remuneración media segregada por categoría profesional y por sexo en H&M España en 2021. Para la remuneración promedio del **personal de venta y distribución**, se ha tenido en cuenta el salario bruto anual proyectado a 40 horas y dos variables, consideradas las más representativas: el Plus Festivo/Domingo y el plus por nocturnidad. En el caso del **personal de oficina**, la remuneración promedio se ha calculado teniendo en cuenta todos los conceptos variables de remuneración para ofrecer más representatividad, lo que incluye los bonus, los incentivos, los pluses por nocturnidad y festivos, los complementos por traslado de familia o transporte y la cesta de navidad, entre otros.

⁸ La remuneración promedio se ha calculado teniendo en cuenta la remuneración teórica a fecha 30 de noviembre de 2021. En este sentido, en 2020 se realizó un muestreo con la remuneración real de diversos empleados y se observó que las diferencias entre el salario teórico y real diferían menos de un 2%.

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

| | | | 2021 | 2020 |
|-----------------------|----------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| CATEGORÍA PROFESIONAL | Altos directivos | Hombre | 59.186 | 55.898 |
| | | Mujer | 54.414 | 51.433 |
| | | TOTAL | 55.895 | 52.854 |
| | Ingenieros y técnicos | Hombre | 41.797 | 41.474 |
| | | Mujer | 42.728 | 40.482 |
| | | TOTAL | 42.464 | 40.767 |
| | Administrativos | Hombre | 27.943 | 27.651 |
| | | Mujer | 28.538 | 29.474 |
| | | TOTAL | 28.521 | 29.240 |
| | Personal de venta y distribución | Hombre | 19.779 | 19.068 |
| | | Mujer | 18.961 | 18.649 |
| | | TOTAL | 19.098 | 18.720 |

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

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

| | | 2021 | 2020 |
|------|--------|--------|--------|
| SEXO | Hombre | 62.411 | 58.826 |
| | Mujer | 56.470 | 53.384 |

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:

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

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 2021, total y segregada por categoría profesional⁹.

Tabla 24. Brecha salarial total y segregada por categoría profesional

| | | 2021 | 2020 |
|------------------------------|----------------------------------|--------------|-------|
| CATEGORÍA PROFESIONAL | Altos directivos | 8,1% | 8,0% |
| | Ingenieros y técnicos | -2,2% | 2,4% |
| | Administrativos | -2,1% | -6,6% |
| | Personal de venta y distribución | 4,1% | 2,2% |
| TOTAL | | 7,3% | 6,0% |

Empleados con discapacidad

En la siguiente tabla se muestra el número de empleados con discapacidad en H&M España en 2021.

Tabla 25. Número de empleados con discapacidad

| | | 2021 | 2020 ¹⁰ |
|--------------|--------|-----------|--------------------|
| SEXO | Hombre | 11 | 12 |
| | Mujer | 21 | 31 |
| TOTAL | | 32 | 43 |

En la actualidad hay 32 personas con discapacidad de las 93,1 estipuladas para cubrir el porcentaje del 2% según la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. La diferencia respecto a 2020 se debe a que parte de las personas que se incluyeron en el registro de empleados con discapacidad finalmente no pudieron aportar la certificación correspondiente. No obstante, el número restante se complementa mediante un contrato de prestación de servicios con los siguientes centros especiales de empleo: Ilunion CEE Limpieza y medioambiente, Eulen Centro Especial de Empleo, Integra Manteniment/Gestió i Serveis Integrats Centre Especial d'Ocupació Illes Balears, S.L., Disclean, Integra MGSi CEE, Nordis Social Coffee, Inserta Servicios Complementarios, Market Experience y ESCID. También ha realizado la constitución de un enclave laboral con Laborplus CEE.

⁹ Como referencia, en 2019 la brecha salarial por hora en España fue de un 11,9% para el conjunto de sectores económicos según datos de Eurostat. Asimismo, para ese mismo año, el sector del Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas, presentó una brecha del 19,9% según datos del INE.

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:

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

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.
- Guía para un correcto uso de las herramientas de trabajo digital, teletrabajo y desconexión.

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

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

Asimismo, durante el 2021 se ha empezado a revisar la política de regalos, tanto de Navidad como de aniversario, en base a las sugerencias recibidas por parte de los empleados. En un futuro próximo se procederá a cambiar el sistema de regalos de cumpleaños. Respecto a las cestas de Navidad, en el último ejercicio de 2021 se ha contratado un nuevo proveedor con el que es posible que cada empleado personalice su lote en función de sus gustos, a través de una experiencia sencilla, digital y a la carta.



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

Manual del Empleado – Horario Laboral

Puntualidad

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

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

Horarios

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

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

Comidas y pausas

Es importante que hagas pausas durante tu jornada laboral para descansar y relajarte. A partir de las 5 horas de trabajo tienes derecho a una pausa de 15 minutos, que la Compañía considera como tiempo de trabajo efectivo. Además, si trabajas a jornada completa, tienes derecho a una hora para la pausa de la comida que voluntariamente puede reducirse a 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.

Con el objetivo de facilitar la conciliación laboral, en 2021 se ha planteado la posibilidad de que los empleados de tienda tengan la opción de no realizar la pausa de comida si así lo desean. Dicha medida de flexibilidad laboral entrará en vigor a partir del 1 de febrero de 2022.

Por otro lado, en 2021 debido a la situación de crisis sanitaria por el COVID-19, H&M España ha llevado a cabo una serie de medidas para paliar los efectos de los ERTE, descritas en el capítulo 5.3. Gestión de personas.

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

Política de desconexión digital en el ámbito laboral

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

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

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

3. **Utilizar mensajes de ausencia.**

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

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

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

5. **Evitar las conexiones fuera de la jornada ordinaria de trabajo.**

Se evitará, en la medida de lo posible la comunicación, cualquiera que sea el medio, por razones de trabajo, una vez finalizada la jornada laboral, salvo casos de urgencia.

Por otro lado, en cuanto a las horas de ausencia en el puesto de trabajo de H&M España para el ejercicio 2021 se contabilizan las siguientes, por los siguientes motivos:

Tabla 26. Número de horas de ausencia

| | | 2021 | 2020 |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------|
| TIPO | Accidente | 8.595 | 16.904 |
| | Enfermedad | 781.938 | 1.006.620 |
| | Suspensión del contrato de trabajo por nacimiento de hijo, adopción, guarda con fines de adopción o acogimiento | 74.143 | 93.397 |
| TOTAL | | 864.676 | 1.115.551 |



Figura 9 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 vulnera ninguno de los derechos de los trabajadores, incluidas la seguridad y salud laboral.

Por ello, la empresa dispone de la documentación siguiente:



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

En la **Política sobre salud y seguridad de H&M**, la empresa se compromete a crear y mantener entornos laborales saludables, seguros y sostenibles en todas sus operaciones.

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, en los centros donde procede por número de trabajadores, se forman Comités de Seguridad y Salud, en los cuales también participan representantes de la empresa, los cuales garantizan la composición paritaria de este órgano. Por otro lado, los centros que no superan los 50 empleados, pese a no contar con estos comités, cuentan con un delegado de prevención, y por tanto con representación en materia de seguridad y salud. 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 Store 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, velando de esta forma por la seguridad y salud de los empleados y clientes de los centros que dirigen.

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.

En este contexto, durante el 2021 H&M España ha realizado la auditoria legal de prevención que cada 4 años deben pasar todas las empresas con servicio de Prevención Propio. Dicha auditoría la llevó a cabo la empresa Full Audit, mediante la revisión del Sistema de Gestión de Prevención en algunas tiendas que fueron objeto de muestreo. El resultado de esta auditoría ha sido positivo y H&M ha pasado la revisión con No conformidades.

Por otro lado, H&M España se enmarca en el grupo de empresas cuyos puestos de trabajo implican un **riesgo de exposición profesional al COVID-19**. A partir del cierre de sus establecimientos y centro logístico en marzo de 2020, con la declaración del estado de alarma en España, se creó un **plan de contingencia**, que contemplaba protocolos y medidas preventivas para adaptar los centros a la vuelta al trabajo. Asimismo, se organizaron equipos de trabajo para tener actualizada la información a nivel de desinfección y limpieza de los establecimientos de forma previa a su apertura, además de garantizar pantallas protectoras y geles desinfectantes para la plantilla y los clientes; con el objetivo de garantizar la reapertura **cumpliendo todas las medidas de seguridad sanitaria**.

Asimismo, para asegurar una gestión correcta de las medidas sanitarias y **proteger de forma efectiva tanto a clientes como a trabajadores**, se creó un pack de formación que se hizo llegar a los Store managers para su posterior comunicación a todos los empleados. El objeto de este pack de formación era asegurar que **todo el personal, al reabrir las tiendas después de la declaración del estado de alarma, conociera las medidas preventivas que existen para evitar el contagio por el COVID-19** y como debe llevarse a cabo. Esta formación tiene una frecuencia de revisión trimestral por parte de todos los trabajadores.

Con la ayuda de asesores externos, también se han establecido protocolos de limitación de contactos estrechos para el personal de tiendas. En este sentido, se dispone de checklist internas donde, en caso de caso positivo por COVID-19, se establece una revisión de sus contactos con el Store manager y el trabajador para verificar que se han cumplido todas las medidas de seguridad implementadas. Cada área de seguridad lidera y gestiona un equipo de tiendas en España, de forma que todos los casos están monitorizados.

Durante el ejercicio de 2021, se han ido actualizando las medidas de prevención frente al COVID-19, en función de la información procedente de las Autoridades Sanitarias. Aun así, H&M España, como compañía socialmente responsable con la situación y con sus equipos, ha ido más allá y durante el último ejercicio ha mantenido algunas medidas que ya no son obligatorias como, por ejemplo, las mamparas protectoras en los puntos de caja o los geles desinfectantes para clientes. Además, esta información se ha ido compartiendo con las tiendas y con los representantes de los trabajadores.

En conclusión, la compañía está fuertemente comprometida con las medidas de seguridad para garantizar la salud de sus trabajadores y clientes, y dispone de protocolos efectivos, además de monitorizar de forma continua todas las novedades para adecuarse a las normativas correspondientes a cada zona y cada momento de la pandemia.

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

HM



Asimismo, con el objetivo de cuidar de su plantilla, H&M España ha impulsado el Proyecto Stimulus, un completo programa de atención al empleado en colaboración con la empresa Stimulus. Se trata de un servicio totalmente gratuito, personal y confidencial que tiene como objetivo ayudar a mejorar el bienestar y la conciliación entre la vida laboral y personal. Este

proyecto ha entrado en vigor el 1 de octubre de 2021 y cubre los aspectos que se detallan a continuación:

NA

Asesoramiento Jurídico y Legal:

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

Asesoramiento Work-Life:

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

FB

Asesoramiento Financiero:

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

En referencia a los accidentes con baja laboral sufridos por los trabajadores de H&M España en su centro de trabajo, se han producido un total de **40 accidentes con baja**, lo que supone una reducción del 38% en comparación con el año anterior, tal como se puede consultar en la siguiente tabla.

Tabla 27. Accidentes de trabajo por sexo

| SEXO | 2021 | | 2020 |
|--------------|-----------|-----------|------|
| | Hombre | 15 | 14 |
| Mujer | 25 | 50 | |
| TOTAL | 40 | 64 | |

En referencia a los accidentes de trabajo in itinere sufridos por los trabajadores de H&M España, estos se muestran en la tabla siguiente. En comparación con 2020, se ha producido un aumento debido principalmente a la reapertura de todos los sectores productivos a nivel nacional durante este año 2021, provocando un mayor flujo de circulación y movilidad, aumentando las posibilidades de sufrir un accidente de trabajo con ocasión del desplazamiento hacia su centro de trabajo o hacia su domicilio.

Tabla 28. Accidentes de trabajo in itinere por sexo

| SEXO | 2021 | | 2020 |
|--------------|-----------|-----------|------|
| | Hombre | 8 | 7 |
| Mujer | 47 | 24 | |
| TOTAL | 55 | 31 | |

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

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

| SEXO | 2021 | | 2020 |
|-------|--------|-------|-------|
| | Hombre | 17,74 | 21,33 |
| Mujer | 5,98 | 15,98 | |

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

Tabla 30. Tasa de gravedad por sexo

| | | 2021 | 2020 |
|------|--------|------|------|
| SEXO | Hombre | 0,55 | 0,58 |
| | Mujer | 0,50 | 0,55 |

Asimismo, cabe apuntar que en 2021 se han realizado investigaciones de dos posibles casos de enfermedad profesional siendo ambos finalmente negativos. Por otro lado, en 2020 no hubo 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 ocurren o se asocian al curso del trabajo y los empleados reciben capacitación regular y registrada sobre salud y seguridad.
- Adaptar razonablemente las necesidades de las trabajadoras embarazadas.

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

HM

NA

FB

5.6. Relaciones sociales

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

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

Asimismo, desde el 1 de octubre de 2021, H&M dispone de dos nuevas herramientas adicionales para la comunicación con sus empleados. En primer lugar, se ha creado la plataforma **SmartRecruiters**, a través de la cual la plantilla de la compañía puede consultar, acceder y aplicar a todas las vacantes de H&M nacionales e



internacionales de una forma más eficiente y rápida. Asimismo, se ha incluido en el Portal del Empleado una nueva sección denominada **“Cuéntanos más sobre ti”** en la que los empleados pueden incluir y actualizar la información relativa a su currículum (formación, experiencia, idiomas...). De esta manera,



H&M España busca facilitar la promoción interna.

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

HM

5.7. Formación

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



se pueden encontrar todas las formaciones disponibles y el registro de las formaciones personales de cada empleado. Siempre que es posible, también se apoya la promoción interna. El tipo de contrato especifica la duración del periodo de formación. Durante ese tiempo, se asigna un padrino/madrina de apoyo y ayuda en la formación. En el último trimestre de 2021, a través

de esta plataforma formativa, todos los empleados de H&M han recibido la formación *Unconscious Bias at Work* que trata sobre los sesgos cognitivos que todos tenemos, cómo pueden manifestarse en nuestros comportamientos y cómo pueden afectar a nuestro entorno social. Gracias a esta formación, la plantilla puede reflexionar sobre cómo estos sesgos afectan a la inclusión efectiva y real de la diversidad y como superarlos. Además, también está previsto que SOs, Area Teams & Store Managers participen en el workshop digital Layers, que tiene como propósito mejorar la concienciación sobre la Inclusión y la Diversidad, y dar a los participantes herramientas para utilizar en su trabajo diario. Por último, a través de una empresa externa (LHH), también se han planificado sesiones de coaching para formar y apoyar a los managers en la gestión de los equipos durante la etapa de transformación que está viviendo H&M, dar consejos para la autogestión del estrés y compartir herramientas orientadas a potenciar y motivar a los equipos.

NA

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

En la siguiente tabla se pueden consultar las horas de formación realizadas en H&M España en 2021.

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

| | | 2021 | 2020 |
|------------------------------|----------------------------------|---------------|---------------|
| CATEGORÍA PROFESIONAL | Altos directivos | 356 | 315 |
| | Ingenieros y técnicos | 1.507 | 3.505 |
| | Administrativos | 0 | 0 |
| | Personal de venta y distribución | 8.920 | 12.607 |
| TOTAL | | 10.783 | 16.427 |

FB

Como se puede observar, las horas de formación se han reducido en los dos últimos ejercicios, principalmente debido al impacto de la pandemia por COVID-19, ya que la mayoría de las formaciones se realizaban de forma presencial al personal de venta y distribución, y en determinados periodos de 2021 los centros de trabajo se encontraban con limitaciones para su apertura.

HM

5.8. Igualdad

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



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

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

NA

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.

EB

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.

H&M está en proceso de negociación del nuevo plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

5.9. Accesibilidad de personas con discapacidad

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

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

6. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

HM

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.

NA

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.

EB

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**.

- **Cientes:** 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 ¹¹. 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.

HM

6.3. Origen de los proveedores

En este sentido, respecto al origen de los proveedores de H&M España con facturación para el año 2021, fue mayoritariamente de la UE, representado por un 99,78%; siendo, a su vez, un 22,48 % de estos de origen español, fomentando así la contratación local y garantizando la proporción de servicios y bienes con el menor impacto posible debido al transporte. El 77,52% restante fue procedente de otros países pertenecientes a la Unión Europea, especialmente Suecia (77,07%). Por último, respecto al 0,22% restante, el mayor volumen fue procedente de Reino Unido (54,30%), seguido de Estados Unidos (35,92%). En este sentido, en 2020 los proveedores también fueron mayoritariamente de la Unión Europea (un 99,75%).

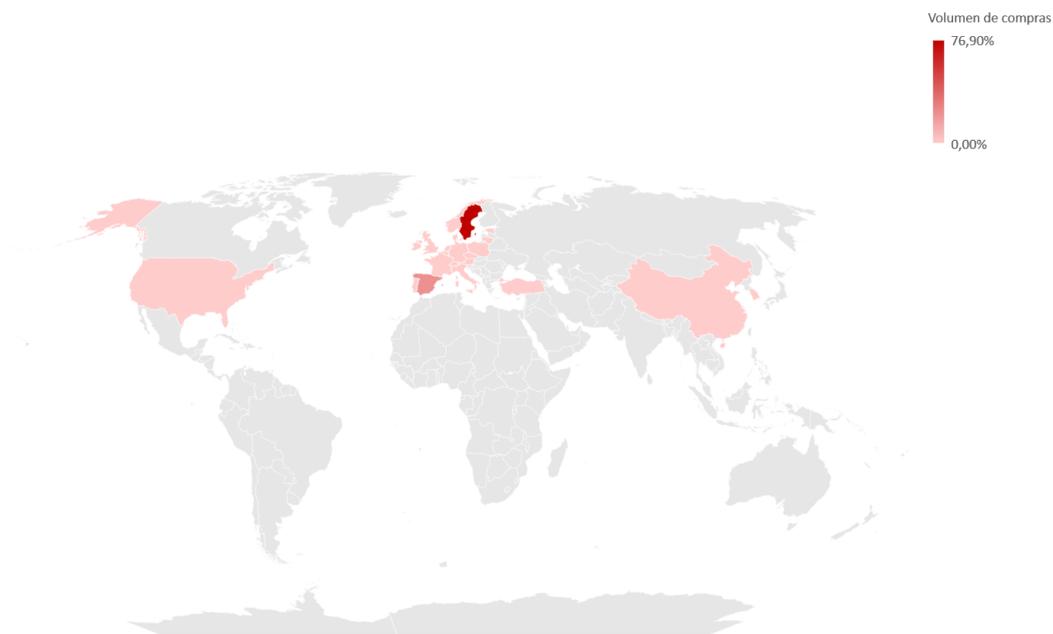
NA

Asimismo, durante 2020 y 2021 no se han registrado denuncias relacionadas con la posible vulneración de los Derechos Humanos.

FB

¹¹ Para más información sobre las políticas del Grupo H&M sobre derechos humanos, pueden consultar el siguiente [link](#)

HM



NA

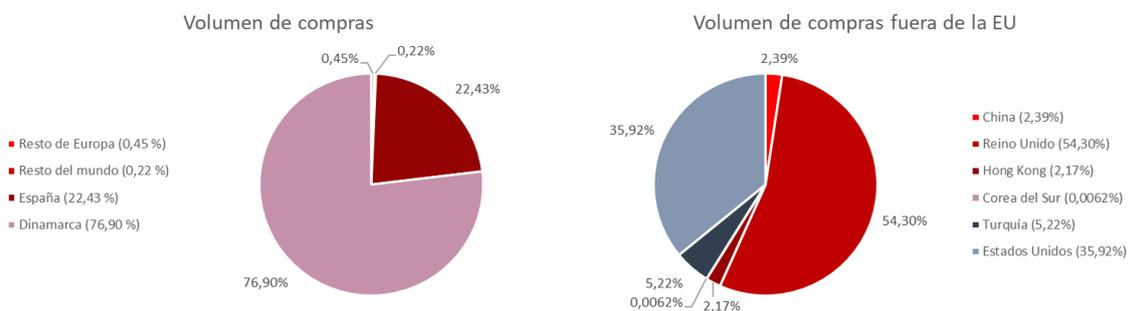


Figura 10 Mapa donde se representa la facturación respecto a los proveedores de H&M España en función del origen (arriba) y porcentaje de los mismos respecto al total mundial (abajo izquierda) y total no europeos (abajo derecha).

FB

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

HM

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

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

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.

NA



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

FB

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.

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

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

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

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

Tratos de favor

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

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

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

HM

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.

NA

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

Conflictos de interés

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

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

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

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.

FB

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:

HM

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.

NA

En último lugar, también cabe destacar que H&M España cuenta con una Guía para la prevención de blanqueo de capitales, donde se especifican limitaciones de pagos en efectivo y una serie de obligaciones en relación con cobros o pagos que se efectúen por importes superiores a 10.000 euros. En este sentido, cuando la empresa se encuentre en esta situación, se identificará formalmente a las personas físicas o jurídicas implicadas ya se examinará cualquier hecho u operación, que, por su naturaleza, pueda estar relacionado con el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo. En caso de que la operación arroje un indicio de poder estar vinculados con el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo, se notificará de inmediato al Servicio Ejecutivo de la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales e Infracciones Monetarias.

FB

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

HM

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.

NA

A lo largo de 2021, H&M España ha realizado diversas donaciones que ascienden a un total de **66.973,00 €**. Para empezar, la compañía ha donado **3.000,00 €** a **WWF**, durante su participación en la Hora del Planeta. También, se han conseguido recaudar **28.043,28 €** para **Acción contra el Hambre** a través de la recogida de ropa realizada en España (por cada kg recogido se han donado 0,02 €). Por último, la compañía ha donado **24.898,00 €** a la **Cruz Roja** para la reconstrucción de la Palma.

FB

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

Información general de la sociedad

Tabla 32. 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, 14, 18 |
| | 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. | 12-13, 15-17 |
| | 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. | 18-21, 22-23, 25-26, 36-37, 61-63, 66-69 |
| | Principales riesgos relacionados con cuestiones vinculadas a las actividades de la compañía. | 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades. | Definición de los riesgos. | 26-27, 37, 64, 70 |
| Perfil del EINF | Asuntos relevantes y materialidad. | 102-47 Lista de los temas materiales | Análisis de materialidad del Grupo. | 12-13 |

Información sobre cuestiones ambientales

| Tabla 33. Información sobre cuestiones ambientales | | | | | |
|----------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Apartado Ley 11/2018 | | Estándar GRI | Método de Cálculo | Páginas | |
| HM | 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. | 25-27 |
| | | 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. | 27 |
| | | Aplicación del principio de precaución. | 102-11 Principio o enfoque de precaución. | Definición del impacto. | 25-27 |
| FB | 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. | 27 |

Tabla 33. Información sobre cuestiones ambientales

| Apartado Ley 11/2018 | | Estándar GRI | Método de Cálculo | Páginas |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| HM | Contaminación | 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). | 34-35 |
| | Economía circular y prevención y gestión de residuos | 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos 306-3 Residuos generados | Iniciativas de la empresa para la recuperación de ropa, diseño de sus tiendas y sistemas de gestión contratados. | 27-30 |
| NA | | n.a. | n.a. | n.a. |
| | Uso sostenible de los recursos | 303-3 Extracción de agua por fuente. 303-5 Consumo de agua. | Cálculo de m ³ en base a la información obtenida de facturación. | 31 |
| | | Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales. | 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen. | Cálculo en kg/año a partir de la facturación. |
| FB | Uso sostenible de los recursos | 302-4 Reducción del consumo energético. 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios. | Definición de medidas. | 31-33 |
| | | Consumo, directo e indirecto, de energía. | 302-1 Consumo energético dentro de la organización. | Información obtenida a partir de datos de facturación. |
| | 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. | 31-33 |
| Cambio climático | Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, | 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 | 34-35 |

HM

| Tabla 33. Información sobre cuestiones ambientales | | | | |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------|
| Apartado Ley 11/2018 | | Estándar GRI | Método de Cálculo | Páginas |
| | incluido el uso de los bienes y servicios que produce. | | natural y el transporte usado por la empresa (avión y ferrocarril). | |
| | 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. | Medidas de reducción de emisiones. | 34 |
| Protección de la biodiversidad | Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad. | 304-3 Hábitats protegidos o restaurados. | Medidas de control de impacto. | 35 |
| | 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. | 35 |

Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

NA

| Tabla 34. 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 2021. | 40-43 |
| | 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. | 46-47 |

FB

Tabla 34. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

| Apartado Ley 11/2018 | | Estándar GRI | Método de Cálculo | Página |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| HM | 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. | 45-46 |
| | Implantación de políticas de desconexión laboral. | n.a. | Definición de medidas. | 36,49 |
| | Empleados con discapacidad. | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados. | Número de empleados con discapacidad. | 47 |
| NA | Organización del tiempo de trabajo. | 403-9 Lesiones por accidente laboral | Definición horarios. | 48-51 |
| | Número de horas de absentismo. | | Número de horas de absentismo. | 50-51 |
| | 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. | 36,49 |
| FB | Condiciones de salud y seguridad en el trabajo. | 403-9 Lesiones por accidente laboral | 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 . | 55-56 |
| | Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo. | | | |
| FB | Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos. | 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo. | Definición de medidas. | 57-58 |

Tabla 34. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

| Apartado Ley 11/2018 | | Estándar GRI | Método de Cálculo | Página |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| HM | Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país. | 102-41 Acuerdos de negociación colectiva. | % de trabajadores por convenio. | 58 |
| | Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo. | 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo. | Aspectos de seguridad y salud incluidos en los convenios. | 57-58 |
| 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. | 58-59 |
| | 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. | 58-59 |
| NA | 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. | 59-60 |
| | 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. | 59-60 |
| | Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad. | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados. | Número de empleados discapacitados. | 60 |
| | 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. | 59-60 |

HM

NA

FB

Información sobre el respeto de los derechos humanos

| Tabla 35. 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. | 15-16, 18-21 61-63 |
| 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. | 61-65 |
| 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 2020 y 2021 no se han registrado denuncias relacionadas con la posible vulneración de los derechos humanos. | 64-65 |
| 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. | | | |

HM

NA

FB

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Tabla 36. 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 | 15-16, 66-69 |
| 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. | 66-69 |
| Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro. | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido. | €/años aportados por fundación o entidad sin ánimo de lucro. Colaboraciones con entidades sin ánimo de lucro. | 70 |

HM

NA

FB

Información sobre la sociedad

| Tabla 37. Información sobre la sociedad | | | | | |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Apartado Ley 11/2018 | | Estándar GRI | Método de Cálculo | Página | |
| HM | 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. | 40-41 |
| | | 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. | 40-41 |
| | | 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. | 15-16, 25-36 |
| | | Acciones de asociación o patrocinio. | 102-12 Iniciativas externas. | Detalle de las asociaciones de las cuales se forma parte. | 24 |
| NA | 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. | 15-16, 18-21 25-36 |
| | | 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. | 15-16, 18-21 25-36 |
| FB | Subcontratación y proveedores | Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas. | 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales. 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección | Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad. | 15-16, 18-21 25-36 |

HM

NA

FB

| Tabla 37. Información sobre la sociedad | | | | |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Apartado Ley 11/2018 | | Estándar GRI | Método de Cálculo | Página |
| | | 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. | 15-16, 22-23 |
| | 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. | 22-23 |
| 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 2021

El presente estado de Información no financiera de H&M España correspondiente al ejercicio anual terminado el 30 de noviembre de 2021 ha sido formulado el 28 de febrero de 2022.

HM

Barcelona a 28 de febrero de 2022

X

Johan Fredrik Björkstедt
Presidente del Consejo de Administración

NA

X

Nils Axel Vinge
Secretario del Consejo de Administración

X

Hanna Maria Anderson
Consejera

FB

H&M