

EDIFICIO GENERALI

H&M España

Estado de Información No Financiera 2020



Contenido

PREÁMBULO.....	6
1. VISIÓN GENERAL DEL GRUPO H&M.....	7
1.1. Modelo de negocio – presentación del grupo.....	7
1.2. Estructura de la sociedad	10
1.3. Marco considerado.....	11
1.4. Materialidad.....	11
2. GOBIERNO CORPORATIVO.....	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
3.4. Asociaciones.....	25
3.5. Información fiscal.....	25
4. GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.....	26
4.1. Políticas del grupo y compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible.....	26
4.2. Riesgos en materia de medio ambiente.....	27
4.3. Economía circular y prevención y gestión de residuos.....	28
4.4. Uso sostenible de recursos.....	31
4.5. Cambio climático y control de emisiones.....	34
4.6. Protección de la biodiversidad	36
5. GESTIÓN DE PERSONAS.....	37
5.1. Políticas de personas.....	37
5.2. Riesgos en la gestión de personas	39
5.3. Generación de empleo.....	40
5.4. Organización del trabajo	53
5.5. Salud y seguridad.....	56

5.6. Relaciones sociales	62
5.7. Formación.....	63
5.8. Igualdad.....	64
5.9. Accesibilidad de personas con discapacidad.....	65
6. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS	66
6.1. Políticas en materia de respeto de los derechos humanos.....	66
6.2. Riesgos en materia de respeto de los derechos humanos.....	69
6.3. Origen de los proveedores.....	70
7. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO.....	71
7.1. Políticas en materia de lucha contra la corrupción y el soborno.....	71
7.2. Riesgos en materia de lucha contra la corrupción y el soborno.....	75
7.3. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	75
8. ÍNDICE DE LOS INDICADORES ESTABLECIDOS POR LA LEY 11/2018	76

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 (2020)	25
Tabla 4. Información fiscal (Euros).....	25
Tabla 5. Subvenciones recibidas (Euros).....	25
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	31
Tabla 8. Consumo de agua	32
Tabla 9. Consumo energético en función de la fuente de energía.....	32
Tabla 10. Materiales utilizados por peso.....	34
Tabla 11. Emisiones de Gases de Efecto Invernadero	35
Tabla 12. Distribución de empleados por sexo y edad.....	44
Tabla 13. Distribución de empleados por categoría profesional.....	44
Tabla 14. Distribución de empleados por tipo de contrato.....	45
Tabla 15. Promedio anual de contratos indefinidos segregado por sexo, edad y categoría profesional.....	45
Tabla 16. Promedio anual de contratos temporales segregado por sexo, edad y categoría profesional.....	46
Tabla 17. Promedio anual de contratos a tiempo parcial segregado por sexo, edad y categoría profesional.....	46
Tabla 18. Número de despidos segregado por sexo, edad y categoría profesional	48
Tabla 19. Remuneración promedio segregada por sexo (euros).....	49
Tabla 20. Remuneración promedio segregada por edad y sexo (euros).....	49
Tabla 21. Remuneración promedio segregada por categoría y sexo (euros).....	50
Tabla 22. Remuneración media, incluyendo todos los conceptos, de los directivos segregada por sexo (euros).....	50

Tabla 23. Brecha salarial total y segregada por categoría profesional.....	51
Tabla 24. Número de empleados con discapacidad.....	52
Tabla 25. Número de horas de ausencia	56
Tabla 26. Accidentes de trabajo por sexo.....	60
Tabla 27. Accidentes de trabajo in itinere por sexo	60
Tabla 28. Tasa de frecuencia (TFA) de accidentes por sexo	60
Tabla 29. Tasa de gravedad por sexo	60
Tabla 30. Cantidad de horas de formación realizadas por H&M España.....	63
Tabla 31. Información general de la sociedad.....	76
Tabla 32. Información sobre cuestiones ambientales.....	77
Tabla 33. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal.....	81
Tabla 34. Información relativa al respeto de los derechos humanos	84
Tabla 35. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno.....	85
Tabla 36. Información sobre la sociedad.....	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Objetivos del Grupo Layna	30
Figura 2 Estado del proyecto de iluminación de tiendas de H&M mediante LEDs.....	34
Figura 3 Porcentaje de empleados segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).....	44
Figura 4 Porcentaje de empleados segregado por categoría profesional.....	44
Figura 5 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función del sexo.....	46
Figura 6 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función de la edad.	47
Figura 7 Porcentaje de empleados despedidos segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).....	48
Figura 8 Porcentaje de empleados despedidos segregado por categoría profesional.....	48
Figura 9 Porcentaje de las horas de absentismo según tipología.....	56
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).....	70

PREÁMBULO

El presente estado de información no financiera forma parte del Informe de Gestión del ejercicio 2020 del Hennes & Mauritz SL (en adelante, H&M España), y se ha elaborado para dar cumplimiento a los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

(JF) El estado de información no financiera incorpora la información del año fiscal 2020 de la compañía, que comprende del 1 de diciembre de 2019 al 30 de noviembre de 2020. Por esta razón, es el segundo año en el que le aplica la Ley 11/2018 a la compañía.

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

(NA) 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.

(AP) En la elaboración de este informe y selección de sus contenidos se ha tenido en cuenta los resultados del análisis de materialidad llevado a cabo por H&M España en 2020 (ver apartado “Materialidad”). De esta manera, en el presente estado de información no financiera se indica, para cada cuestión propuesta por la Ley 11/2018, el grado de relevancia para la compañía, las políticas asociadas, los riesgos relacionados y los indicadores de referencia utilizados para su seguimiento y evaluación.

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

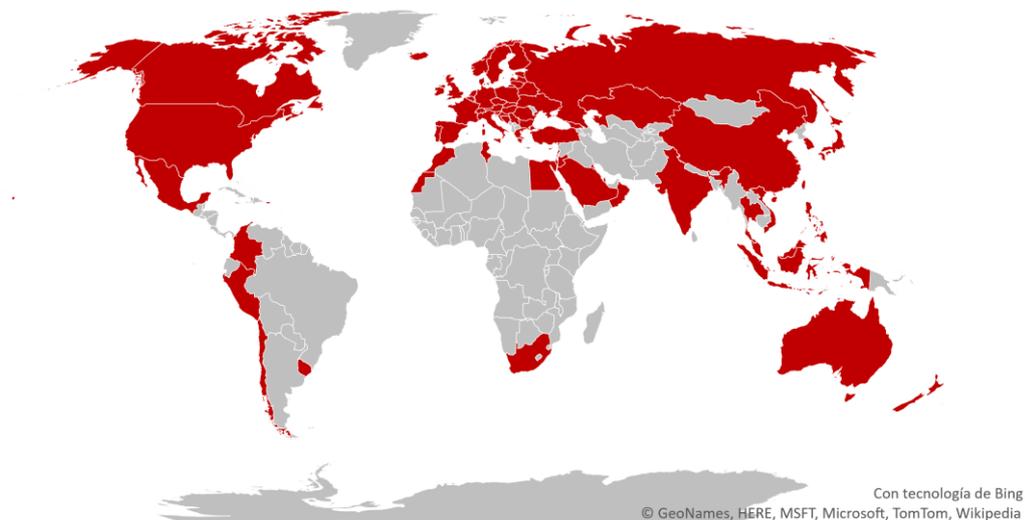
1. VISIÓN GENERAL DEL GRUPO H&M

1.1. Modelo de negocio – presentación del grupo

(JF) 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.

(NA) 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 y ropa del hogar, así como, en ciertas tiendas, comida saludable. En España, se pueden encontrar tiendas de las marcas H&M, COS, & Other Stories y Weekday.

Grupo H&M en el mundo



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

Cronología del Grupo H&M

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

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

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



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

1968



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

1982

(JF)

1947

Apertura de la primera tienda Hennes en Västerås (Suecia)



1974

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



1998

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

(NA)

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

2010-2020
La rápida expansión continua: hay tiendas de H&M en Europa, Norteamérica, Asia, Oriente Medio, África, Sudamérica y Australia.



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

2004

H&M HOME
COS

Lanzamiento de H&M Home y apertura de la primera tienda de COS en España

2009

& Other Stories

Apertura de la primera tienda de & Other Stories en España

2013

AFOUND

Lanzamiento de la marca Afound

2018

(AP)

2000



Apertura de la primera tienda de H&M en España

2007

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

COS
WEEKDAY
MONKI



2010

Lanzamiento de la marca & Other Stories

& Other Stories

2017

Lanzamiento de la marca ARKET

ARKET

2020

Apertura de la primera tienda Weekday en España

WEEKDAY

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



Somos un equipo

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



Creemos en las personas

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

(JF)



Espíritu emprendedor

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



Mejora constante

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

(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.

(AP)



Hazlo sencillo

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

1.2. Estructura de la sociedad

El Grupo H&M, con domicilio social en Estocolmo (Suecia), se constituyó en 1947. En España, HENNES AND MAURITZ SL, con domicilio social en Barcelona, se constituyó en 1999 bajo el nombre de H&M MODA SL. Posteriormente, en 2013 fue constituida la sociedad HENNES & MAURITZ CUSTOMER SERVICES, S.L., dedicada al servicio de atención al cliente relacionado con la compra de productos de moda, accesorios y cosméticos vía telefónica, telemática o por cualquier otro medio.

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

(JF)  H&M H&M HOME

(NA)  COS & Other Stories 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 sueca 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.

(AP) Por otro lado, la distribución de H&M España en el mercado español consta de **153 tiendas repartidas por todo el territorio nacional de H&M y H&M Home**. También tiene un centro logístico ubicado en Torrejón de Ardoz (Madrid). Asimismo, también cuenta con 10 tiendas de la marca **COS**, 2 tiendas de **& Other Stories** y una tienda de la marca **Weekday**, inaugurada el 16 de octubre de 2020.

Tabla 1. Distribución de H&M España

MARCA	UBICACIÓN	DIRECCIÓN	
COS	Barcelona	Paseo de Gracia 27 - 08007	
	Bilbao	Gran Vía 45 - 48011	
	Granada	Calle Hipócrates S/N, Armilla. C.C. Nevada Shopping - 18100	
	Madrid	Calle de Claudio Coello 53-33 - 28001	
		Avenida de Europa 13-15. Centro Comercial Moraleja Green - 28108	
		Calle Fuencarral 16 - 28004	
	Málaga	Calle Larios 4 - 29005	
	Marbella	Carretera de Ojén. Parque Comercial la Cañada - 29600	
	San Sebastián	Avenida Libertad, 16 - 20004	
Valencia	Calle Jorge Juan 5 - 46004		
& Other Stories	Barcelona	Paseo de Gracia 8-10 - 08007	
	Madrid	Calle Hermosilla 15 - 28001	
Weekday	Barcelona	Paseo de Gracia 33 - 08007	
H&M H&M Home	153 tiendas en todo el territorio nacional excepto en Ceuta y las provincias de Ávila, Huesca, Segovia, Teruel y Zamora.		

(JF)

1.3. Marco considerado

(NA)

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

(AP)

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

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

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

ÁREAS DE AMBICIÓN	NUESTRAS ÁREAS DE ENFOQUE	NUESTROS TEMAS IDENTIFICADOS	FRONTERAS
100% LIDERANDO EL CAMBIO 	INNOVACIÓN	1. Innovación	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
	IMPULSAR LA TRANSPARENCIA	2. Impulsar la transparencia	Fabricación de productos, producción de tejidos e hilados
	RECOMPENSAR ACCIONES SOSTENIBLES	3. Recompensar acciones sostenibles	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
100% CIRCULAR Y RENOVABLE 	100% CIRCULAR	4. Materiales reciclados y otros de origen sostenible	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
		5. Bienestar animal	Diseño, materias primas
		6. Enfoque circular a como la moda se hace y se usa	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
		7. Agua	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, ventas, uso
	100% RENOVABLE	8. Residuos	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
		9. Gestión de químicos	Materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, ventas
		10. Clima	Materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
		100% JUSTO Y EQUITATIVO 	EMPLEO JUSTO PARA TODO EL MUNDO
12. Relaciones industriales	Fabricación de productos, ventas		
13. Salarios justos	Fabricación de productos, ventas		
14. Derechos humanos	Diseño, materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas, uso		
NORMAS Y POLÍTICAS	DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	15. Inclusión y diversidad	Diseño, fabricación de productos, transporte, ventas, uso
		16. Desarrollo comunitario	Fabricación de productos, ventas
		17. Cadena de suministro	Producción de tejidos e hilados, fabricación de productos
OTROS TEMAS IDENTIFICADOS		18. Anticorrupción	Materias primas, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas
		19. Marketing responsable	Ventas, uso
GESTIÓN DE LA CRISIS SANITARIA		20. Desempeño económico	Ventas
		21. Salud y seguridad empleados	Diseño, producción de tejidos e hilados, fabricación de productos, transporte, ventas
		22. Salud y seguridad clientes	Ventas, uso

(JF)

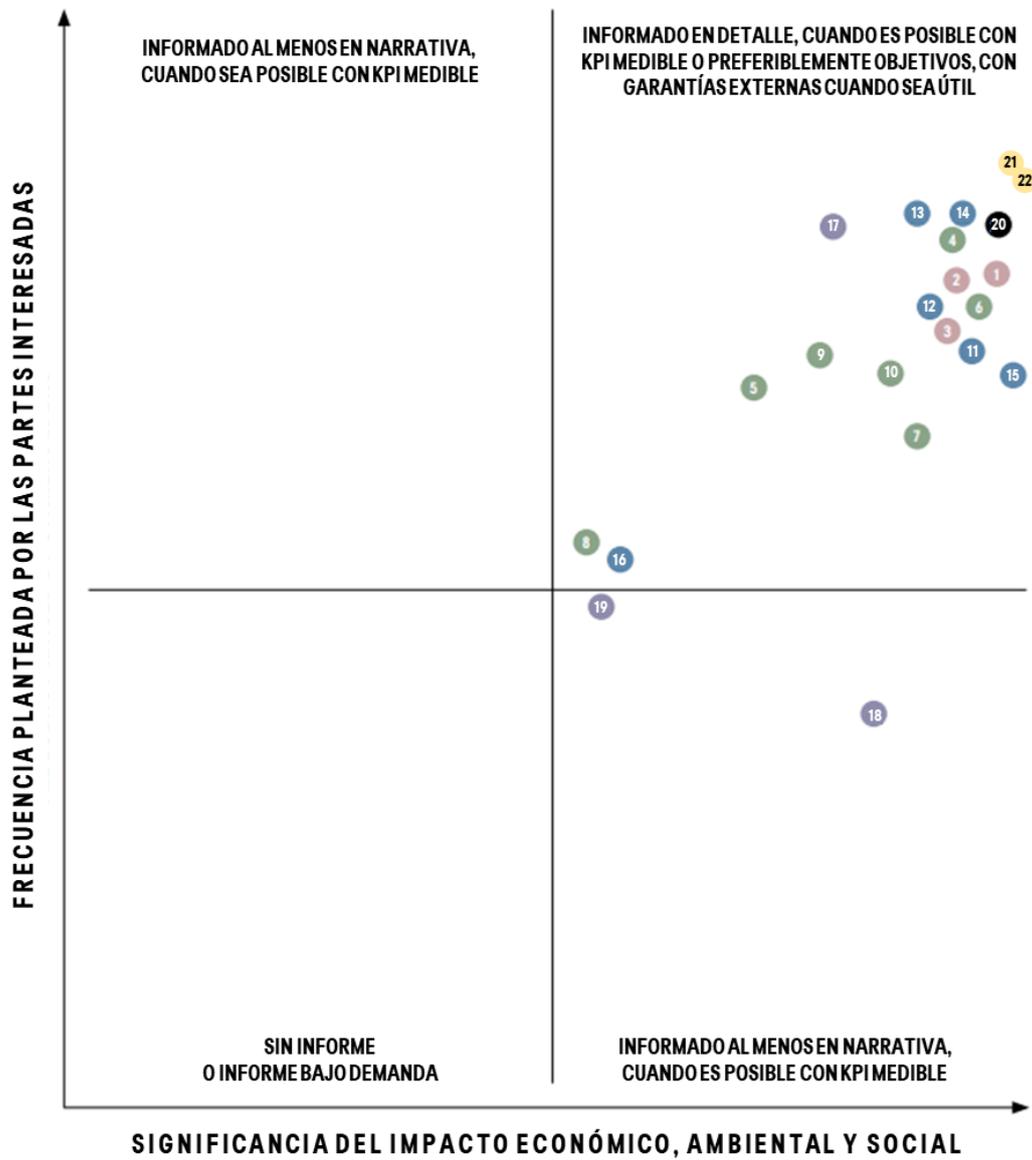
(NA)

(AP)

(JF)

(NA)

(AP)



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	Director ejecutivo
Adam Karlsson	Director financiero
Anders Jonasson	Director de contabilidad
Daniel Claesson	Director de producto
Alan Boehme	Director de tecnología
Andreas Eriksson	Director de comunicaciones
Fredrik Nilsén	Director de controlling
Doris Klein	Directora de recursos humanos
Leyla Ertur	Directora de sostenibilidad
Fredrik Björkstedt	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. Es por ello que el Grupo H&M ha elaborado (i) un Código Ético que es aplicable para empleados y (ii) un Código Ético aplicable para proveedores y socios comerciales. En el presente capítulo se detallará los principios que deben aceptar los empleados del Grupo.

(JF)

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

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

(NA)

(AP)

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.

(JF)

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

(NA)

Además, H&M España dispone del **Manual del Empleado**, actualizado en marzo de 2020, 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.

(AP)

2.3. Políticas de H&M España

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

	Políticas de H&M España	Gestión de Medio Ambiente	Gestión de personas	Respeto a Derechos Humanos	Lucha contra la corrupción y soborno
	Código Ético para empleados				✓
	Código Ético para proveedores				✓
(JF)	Manual del Empleado		✓		
	Compromiso de Sostenibilidad	✓		✓	✓
	Política global de igualdad y no discriminación		✓	✓	
	Política global contra el acoso y la discriminación		✓		
	Política de Derechos Humanos		✓	✓	
	Política global de seguridad y salud		✓		
	Política global de resolución de conflictos		✓		
(NA)	Política global sobre compensación y beneficios		✓		
	Política global de Relaciones Laborales		✓		
	Política para empleados sobre redes sociales		✓		
	Protocolo de acoso moral		✓		
	Protocolo de acoso sexual		✓		
	Guía para la prevención de la violencia de género no intraempresarial		✓		
(AP)	Políticas sobre VIH y SIDA		✓		
	Políticas sobre alcohol y drogas		✓		
	Políticas sobre trabajo infantil			✓	
	Política de denuncia de irregularidades				✓
	Guía para la prevención del blanqueo				✓
	Plan de igualdad entre mujeres y hombres		✓		
	Plan de actuación y contingencia frente al coronavirus – Covid-19		✓		

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 Weekday¹



(NA)

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

3.2. Gestión de proveedores y terceros

(AP)

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.

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

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

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



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

(JF)

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

(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.

(AP)

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

Por otro lado, de acuerdo con el **Compromiso de sostenibilidad**, el Grupo H&M establece unos requisitos fundamentales que sus socios comerciales tienen que cumplir, en cuanto a lugares de trabajo saludables, respeto por el medio ambiente y bienestar animal. Se tienen en cuenta principios sobre discriminación, diversidad e igualdad, sueldos justos y libertad de asociación en todos sus proveedores. También se especifican requisitos respecto al impacto que puede tener el socio comercial en los ecosistemas y en el bienestar animal.

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

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

(JF)

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

Política sobre trabajo infantil

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

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

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

(NA)

(AP)

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

(JF) 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.

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

(AP) En este contexto, en el año fiscal 2020 se han contabilizado 323 reclamaciones recibidas a través de las hojas de reclamaciones que se encuentran en las tiendas físicas. Adicionalmente, en 2020 la compañía ha implementado 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 359 reclamaciones adicionales a las referidas anteriormente y recibidas por estos canales². 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 su parte, en el año fiscal 2019 se contabilizaron 224 reclamaciones recibidas por parte de clientes que cumplimentaron las hojas de reclamaciones que se encuentran en las tiendas físicas.

Sin perjuicio de lo anterior, en cuanto a las reclamaciones recibidas por parte de clientes que han realizado su compra online durante el ejercicio 2020 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:

(JF)

Reclamaciones relacionadas con compras online (I/II)

1) Gesto comercial

(NA)

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

Ejemplos de reclamaciones

(AP)

- 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 Este dato no se encuentra disponible para 2019.

Reclamaciones relacionadas con compras online (II/II)

2) Reembolsos

Casos en los que se ha cobrado al cliente por algún artículo no recibido.

- **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.

(JF)

(NA)

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.

(AP)

3.4. Asociaciones

H&M España pertenece a las siguientes asociaciones:

Tabla 3. Asociaciones a las que pertenece H&M España (2020)

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
Federación Onubense de Empresarios
Asociación 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)

(JF)

(NA)

3.5. Información fiscal

Los beneficios obtenidos y los impuestos pagados por H&M España íntegramente en España en 2020 se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 4. Información fiscal (Euros)

	2020	2019
Beneficios obtenidos en España	3.834.967,70	11.993.470,00
Impuestos sobre beneficios pagados	521.498,86	2.962.392,69

(AP)

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 el año fiscal, por lo que no se trata de un ingreso que haya recibido H&M España por parte de la Administración Pública. En este sentido, en 2019 no se recibieron subvenciones públicas de ningún tipo.

Tabla 5. Subvenciones recibidas (Euros)

	2020	2019
Subvenciones recibidas	7.126.794	-

4. GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

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

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

(JF)

- 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:

(NA)

- **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).

(AP)

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.
 - **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.

(JF) 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, en 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.

(NA) 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.

(AP) 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.

(JF)

La promoción de la circularidad en el sector de la moda desarrollada por el Grupo H&M se basa en primer término en el ecodiseño de los productos, minimizando el consumo de recursos y trabajando con materiales reciclados u otros materiales de origen sostenible: así como prolongando la vida útil del producto y potenciando una cadena de valor positiva para el clima, mediante el aumento de la eficiencia en las operaciones y productos. En base a estos principios, el Grupo H&M pretende continuar diseñando y elaborando productos excelentes y sostenibles, que generen de manera sinérgica impactos sociales y ambientales positivos. Así, el Grupo H&M tiene el objetivo de que, para el año **2030, todos los materiales sean 100% reciclados y/o de origen sostenible.**

(NA)

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

Recuperación de ropa en H&M España

(AP)

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.

Asimismo, el Grupo H&M también tiene el objetivo de contar con sistemas de recogida de prendas de vestir en el 100% de las tiendas del Grupo H&M.

Por otro lado, 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 (continuación)

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 logístico ubicado en Torrejón de Ardoz (Madrid).

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:

Objetivos del Grupo Layna



Figura 1 Objetivos del Grupo Layna

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

La cantidad de residuos no peligrosos generados por H&M España a lo largo de 2020 se pueden ver en la siguiente tabla:

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

RESIDUO	CANTIDAD (TONELADAS)	
	2020	2019
Residuos de perchas de plástico	173,16	271,16
Residuo de perchas multimaterial	38,82	44,12
Madera	42,16	49,96
Cartón y papel	764,65	1.155,7
Plástico	31,72	44,823
Resto	847,36	1.267,86
Otros	67,72	86,96

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 2020 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)	
		2020	2019
Tóner	08 03 18	1.251	2.214
Pilas y acumuladores	20 01 33 / 16 06 04	296	340
Fluorescentes	20 01 21	520	1.365
Pinturas y barniz	08 03 12	281	1.250
Electrónica RAEE	20 01 35 - 61	6.659	1.186
Cosmética	16 03 05	2.808	6.352
Aerosoles inflamables	16 05 04	225	381
Envases contaminados	15 01 10	92	125
Aparatos CFC	60 21 1*-11	562	108
Monitores y pantallas	160213*-22*	0	293

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

(JF)

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.

(NA)

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:

(AP)

- 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 central. En la siguiente tabla se muestra el consumo de agua procedente de la red de suministro en H&M España durante el 2020. 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)	
2020	2019
27.955,64	31.605,87

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

Tal y como se puede observar, se ha producido un descenso en el consumo de agua en 2020 respecto 2019. Esto se debe principalmente a una menor actividad en el almacén logístico y el cierre de tiendas en 2020 derivado de la pandemia por Covid-19.

Consumo energético

A continuación, se presenta el consumo energético total para H&M España durante el 2020.

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

FUENTE DE ENERGÍA	CONSUMO (kWh)	
	2020	2019
Electricidad	53.532.540	67.792.017
Gas natural	102.138	186.860
TOTAL	53.634.678	67.978.877

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

Tal y como se puede observar, se ha producido un descenso en el consumo energético en 2020 respecto 2019. Esto se debe principalmente a una menor actividad en el almacén logístico y el cierre de tiendas en 2020 derivado de la pandemia por Covid-19. Asimismo, Actualmente, H&M España consume electricidad procedente de la red eléctrica y, por tanto, del mix eléctrico español, que incluye fuentes de energía renovables.

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 RE100 de “The Climate Group”, de la que forman parte otras grandes empresas a escala global.

Estrategia de gestión energética en tiendas del Grupo H&M

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

(JF)

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

Estrategia de gestión energética en tiendas de H&M España

Iniciativas para mejorar la eficiencia energética en H&M España

(NA)

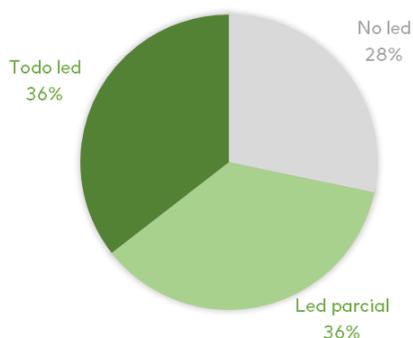
- **Asegurar rutinas y consumo responsable en las tiendas.** Desde 2018 se trabaja con las tiendas para minimizar el consumo nocturno, asegurar que la temperatura en tienda es adecuada y que cuando solamente hay trabajadores se apaga parte de los elementos de consumo como cierta iluminación decorativa,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

(AP)

En el marco de la estrategia de gestión energética en tiendas de H&M España, se instalaron 30.690 luminarias LED en 57 tiendas durante los meses de febrero, primera semana de marzo y segunda mitad de junio de 2020, realizando una inversión de 1,5 millones de euros. En la figura 2 se puede observar el estado del proyecto de sustitución de iluminación convencional por LED en España, a fecha noviembre de 2020. En este sentido, 2 de cada 3 tiendas de España disponen de iluminación LED, y un tercio del total han sustituido toda la iluminación por LED. Considerando solamente las 50 tiendas con mayores ventas, prácticamente la totalidad dispone de iluminación LED, contando un 63% de éstas con la totalidad de la iluminación mediante LED.

LED STATUS – España

NOVIEMBRE 2020



TOP 50 - NOVIEMBRE 2020

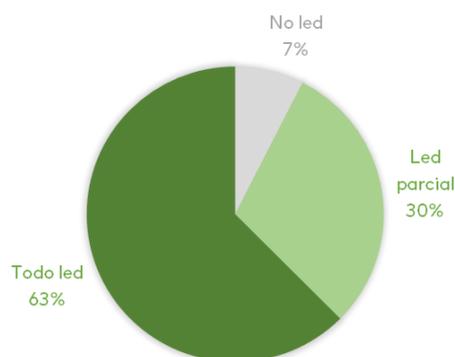


Figura 2 Estado del proyecto de iluminación de tiendas de H&M mediante LEDs.

Gracias a dicha estrategia de gestión energética, han conseguido ahorrar un 12% 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 2019.

Por otro lado, en el ámbito del transporte y la logística, comenzaron con la implantación de una flota verde para el transporte de mercaderías, mediante la adquisición de una lanzadera que va a diario de Madrid a Murcia para hacer entregas y usa gas como combustible. Por otro lado, en diciembre de 2020 empezaron con la distribución mediante camiones de gas natural licuado, gracias la adquisición de tres camiones que usan GNL como combustible por parte de una de las empresas transportistas que trabajan con H&M España.

Consumo de materiales

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

Tabla 10. Materiales utilizados por peso

	2020	2019
Papel (kg)	26.650,80	37.710,53
Tóner (unidades)	1.849,65	3.101,00

4.5. Cambio climático y control de emisiones

Desde el Grupo H&M global se está comprometido con el Acuerdo de París de mantener el aumento de la temperatura del planeta por debajo de 2°C con respecto a los niveles preindustriales. Además, tiene el objetivo de emisiones cero en 2030 para toda la cadena de suministro y generar impacto positivo en el clima en 2040.



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

El consumo energético de H&M España proviene de:

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

Tabla 11. Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

	2020	2019
Alcance 1 (tCO ₂)	1.972,05	37,75
Alcance 2 (t CO ₂) ³	13.006,62	17.040 ⁴
Alcance 3 (t CO ₂)	169,91	1.481,20

En este sentido, las emisiones de gases de efecto invernadero de **Alcance 1**, correspondientes al consumo de gas natural y refrigerantes en tiendas de España, no son comparables con los datos de 2019, debido a que en 2019 no se contabilizaron las emisiones debidas a gases refrigerantes. Teniendo en cuenta solamente el consumo de gas natural en el almacén central, las emisiones se han reducido un 51% (18,59 toneladas de CO₂ en 2020), debido a una disminución de la actividad. Asimismo, las emisiones de **Alcance 2** se han reducido un 24% frente a 2019, debido al cierre de tiendas a causa de la pandemia. En último lugar, las emisiones de **Alcance 3** se han reducido un 89% respecto al año anterior, debido a la disminución de los viajes corporativos de la compañía a causa de la pandemia por Covid-19.

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

³ Cálculo de las emisiones se ha realizado mediante el método location-based.

⁴ Se han reformulado los datos de 2019 en base a información actualizada.

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.

(JF)

(NA)

(AP)

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 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, representantes legales de los trabajadores 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. Entró en vigor el 1 de diciembre de 2019.
 - **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.
 - **Guía de actuación en caso de violencia sobre la mujer no intraempresarial**, que tiene por objeto definir las medidas a adoptar por la empresa en el caso en que el empresario tenga conocimiento de que una trabajadora es víctima de violencia sobre la mujer no intraempresarial, con carácter previo a la entrada de la víctima en el circuito asistencial.

(JF)

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

(NA)

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

(AP)

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.

(JF) Asimismo, en el contexto de crisis sanitaria sufrida en 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 (NA) 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.

(AP)

5.3. Generación de empleo

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

Política global de igualdad y no discriminación

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

(JF)

En relación con esta cuestión cabe destacar que, debido a la crisis sanitaria causada por el Covid-19, durante el ejercicio financiero 2020, se han implementado cuatro Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) en la compañía. Los ERTE permiten a las empresas suspender los contratos de trabajo de los empleados o reducir la jornada de los empleados en el porcentaje adecuado a las circunstancias que influyen en la actividad de la empresa. Asimismo, en lo referente al presente informe, dificultan la comparabilidad de los datos respecto a 2019.

(NA)

En este sentido, en el siguiente cuadro se resumen cada uno de los cuatro ERTEs llevados a cabo por H&M España.

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

Primer ERTE: ERTE por fuerza mayor en tiendas y almacén.

- La normativa (Real Decreto Ley 8/2020 (art.22) obligó al cierre de todos los establecimientos comerciales. Los únicos no afectados por ese cierre fueron los servicios definidos como esenciales (alimentación, higiene, etc.). H&M España queda fuera de ese alcance.
- La fecha de inicio del ERTE fue el 14 de marzo para las tiendas y el 17 de marzo para el centro logístico situado en Torrejón de Ardoz.
- En cuanto a su procedimiento, el ERTE, se solicitó ante la Dirección General de Trabajo del Ministerio de Empleo y fue aprobado por silencio administrativo positivo.

(AP)

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

Primer ERTE: ERTE por fuerza mayor en tiendas y almacén.

- Todo el personal de todos los establecimientos comerciales de las tres marcas de la empresa en aquel momento (H&M, COS y &OtherStories), así como el personal del centro logístico, fueron afectados por este ERTE.
- Medidas aplicadas:
 - Primera fase: Suspensiones temporales de contratos a toda la plantilla afectada por el ERTE de fuerza mayor.
 - Segunda fase: Comenzó a partir del momento en que las autoridades poco a poco fueron permitiendo la apertura del comercio, lo que permitió a la empresa reabrir las tiendas y el centro logístico. Esto tuvo impacto sobre la gestión del ERTE: se pasó de una suspensión de la relación laboral a reducciones de la jornada dependiendo de las necesidades del negocio.
 - Fecha fin ERTE: El 21 de junio se produjeron las últimas desafectaciones del ERTE.

Segundo ERTE: ERTE ETOP en oficinas.

- Conviene indicar que desde el 14 de marzo de 2020 permanecieron cerradas y sin actividad la totalidad de las 169 tiendas de H&M en España. Lo mismo ocurrió con el centro logístico de la Empresa. Esta situación impactó sobre el trabajo en oficinas, ya que, al estar la actividad principal de la empresa cerrada, el volumen de trabajo del personal de oficina descendió.
- En este sentido, la normativa aplicada al ERTE por causas económicas, técnicas, organizativas o productivas viene recogida en el artículo 23 del Real Decreto-Ley 8/2020.
- La fecha de inicio del ERTE fue el 14 de abril de 2020.
- En cuanto a su procedimiento, el ERTE ETOP fue negociado con los sindicatos. Tras el periodo de negociación se llegó a un acuerdo.
- Se excluyó de la afectación a aquellas posiciones que eran necesarias para continuar la gestión de la situación de crisis y que podían hacer teletrabajo.

Gestión de ERTEs en H&M España en el contexto de la crisis sanitaria originada por el Covid-19 (continuación)

Segundo ERTE: ERTE ETOP en oficinas.

- Medidas aplicadas:
 - Se llevaron a cabo tanto suspensiones de contratos como reducciones de jornada.
 - Fecha fin ERTE: El 21 de junio se produjeron las últimas desafectaciones del ERTE.

Tercer y cuarto ERTE: ERTE por limitación implementado en Cataluña, Asturias y Castilla y León y ERTE por limitación implementado en Andalucía

- En los meses de octubre y noviembre de 2020 tiene lugar una nueva ola de COVID-19 y las autoridades aprueban nuevas medidas que restringen la actividad comercial. Esto obliga a la empresa a adaptar su actividad a las nuevas restricciones. Por esa razón, la empresa implementó dos nuevos ERTEs: uno afectó a las comunidades autónomas de Cataluña, Asturias y Castilla y León y el otro a la comunidad autónoma de Andalucía.
- En ambos casos, la normativa aplicable es la del Real Decreto-Ley 30/2020 (art. 2).
- Estos ERTE aplicados se describen a continuación:

1) ERTE por limitación en Cataluña, Asturias y Castilla y León

- La fecha de inicio del ERTE fue el 31 de octubre para Cataluña, el 5 de noviembre para Asturias y el 6 de noviembre para Castilla y León.
- En cuanto a su procedimiento, en el mes de noviembre se presentó la solicitud ante la Dirección General de Trabajo del Ministerio de Trabajo. El ERTE fue aprobado expresamente por la administración.
 - Se realizaron medidas de suspensión de contratos y reducciones de jornada.
- Fecha fin ERTE:
 - Cataluña: 13/12/2020.
 - Asturias: 13/12/2020.
 - Castilla y León: 12/12/2020.

Gestión de ERTes en H&M España en el contexto de la crisis sanitaria originada por el Covid-19 (continuación)

2) ERTE por limitación en Andalucía

- La fecha de inicio del ERTE fue diferente según la provincia: el 10 de noviembre para Granada y el 15 de noviembre para el resto de las provincias de Andalucía.
- En cuanto a su procedimiento, en el mes de noviembre se presentó la solicitud ante la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía. El ERTE fue aprobado expresamente por la administración
- Se realizaron medidas de suspensión de contratos y reducciones de jornada.
- Fecha fin ERTE: 13 de diciembre de 2020.

(JF)

Asimismo, desde H&M España se han llevado a cabo una serie de medidas de ayuda para paliar los efectos del ERTE en la plantilla, que van más allá del Plan Mecuida del Gobierno, regulado legalmente, donde se describen medidas de conciliación de la vida familiar y laboral. Estas medidas se encuentran resumidas en el siguiente cuadro:

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 que ya se habían estado facilitando a la plantilla incluso antes de la declaración del estado de alarma (los colegios, por ejemplo, cerraron antes):
 - 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.
- Préstamos a interés cero.
- Complementos a las prestaciones del SEPE. H&M ha mejorado la prestación pública del SEPE durante los ERTES.

(NA)

(AP)

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

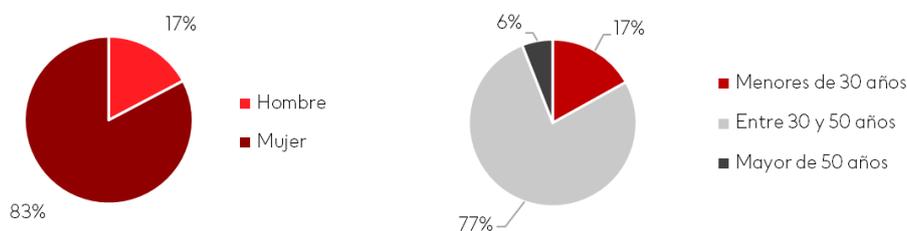
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional

En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados de H&M España por edad y sexo en 2020, a fecha 30 de noviembre de 2020.

Tabla 12. Distribución de empleados por sexo y edad

		2020	2019
SEXO	Hombre	859	1.010
	Mujer	4.127	4.967
EDAD	< 30 años	841	1.755
	30-50 años	3.850	3.987
	> 50 años	295	235
TOTAL		4.986	5.977

(JF)



(NA)

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

La totalidad de los empleados de H&M España trabajan en España. Cabe destacar, que la reducción de empleados respecto 2019 (de un 16,6%) se debe fundamentalmente a que hay menos empleados con contrato temporal.

En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados por categoría profesional en H&M España en 2020, a fecha 30 de noviembre de 2020.

Tabla 13. Distribución de empleados por categoría profesional

		2020	2019
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	67	75
	Ingenieros y técnicos	86	80
	Administrativos	39	40
	Personal de venta y distribución	4.794	5.782
TOTAL		4.986	5.977

(AP)

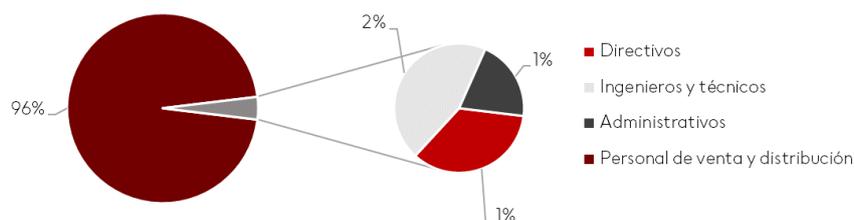


Figura 4 Porcentaje de empleados segregado por categoría profesional.

Distribución de modalidades de contrato

En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados por tipo de contrato en H&M España en 2020, a fecha 30 de noviembre de 2020:

Tabla 14. Distribución de empleados por tipo de contrato

		2020	2019
TIPO DE CONTRATO	Indefinido	4.937	5.012
	Temporal	49	965
	A tiempo parcial	3.183	4.144
TOTAL (Indefinido + temporal)		4.986	5.977

(JF)

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 2020.⁵

Tabla 15. Promedio anual de contratos indefinidos segregado por sexo, edad y categoría profesional

		2020	2019
SEXO	Hombre	586	878
	Mujer	2.502	4.250
EDAD	< 30 años	494	1.003
	30-50 años	2.413	3.883
	> 50 años	181	242
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	68	69
	Ingenieros y técnicos	79	78
	Administrativos	35	39
	Personal de venta y distribución	2.906	4.942

(NA)

(AP)

⁵ El promedio anual de contratos se ha calculado en función del tiempo efectivo de trabajo teniendo en cuenta las suspensiones de contrato por ERTE.

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

		2020	2019
SEXO	Hombre	39	162
	Mujer	149	811
EDAD	< 30 años	131	716
	30-50 años	56	252
	> 50 años	1	5
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	1	0
	Ingenieros y técnicos	0	0
	Administrativos	2	1
	Personal de venta y distribución	185	972

(JF)

Tabla 17. Promedio anual de contratos a tiempo parcial segregado por sexo, edad y categoría profesional

		2020	2019
SEXO	Hombre	237	573
	Mujer	1.559	3.651
EDAD	< 30 años	484	1.540
	30-50 años	1.251	2.574
	> 50 años	61	110
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	1	1
	Ingenieros y técnicos	3	3
	Administrativos	8	10
	Personal de venta y distribución	1.784	4.210

(NA)

(AP)

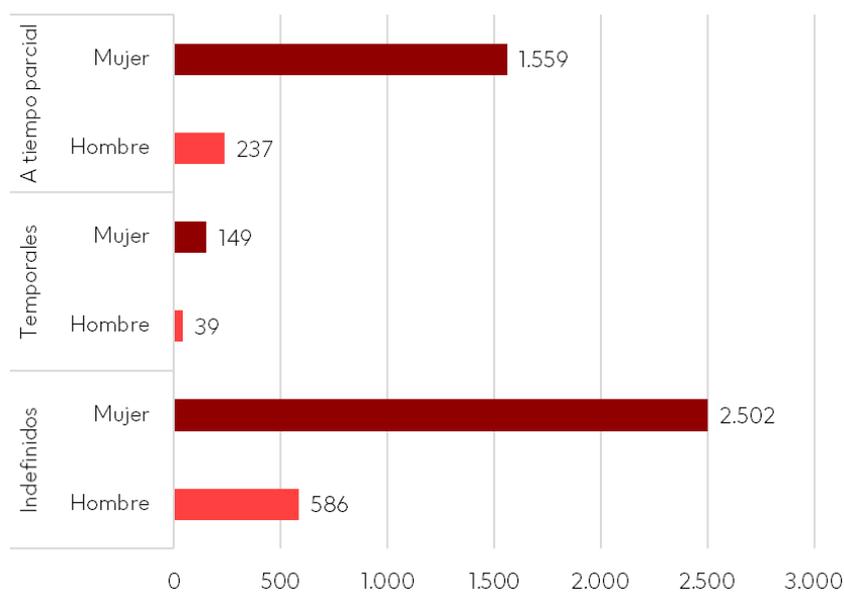


Figura 5 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función del sexo.

(JF)

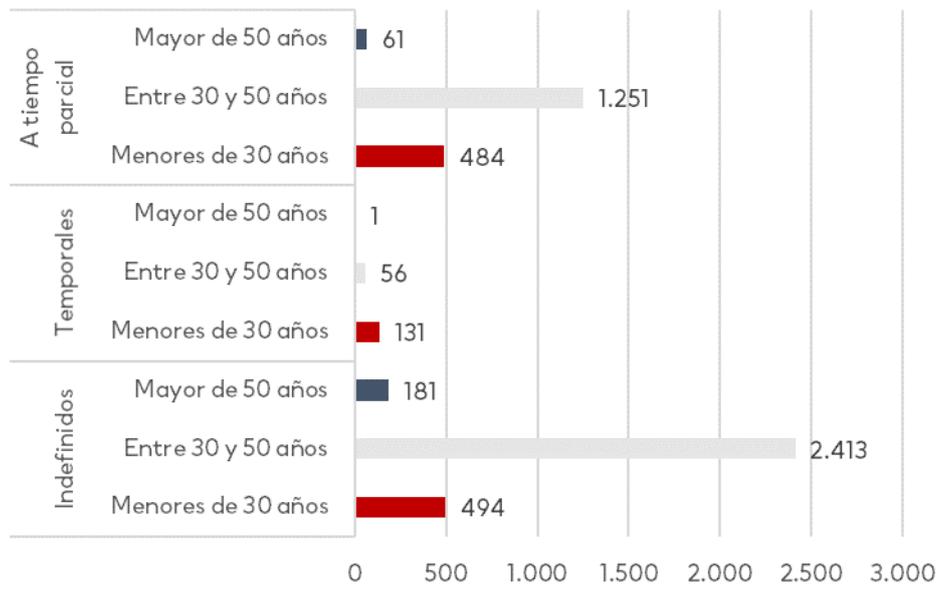


Figura 6 Número promedio de las diferentes modalidades de contratación en función de la edad.

(NA)

(AP)

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 2020. Cabe destacar, que, al ser un sector altamente feminizado, aumenta la representación de este género en las estadísticas.

Tabla 18. Número de despidos segregado por sexo, edad y categoría profesional

		2020	2019
SEXO	Hombre	10	28
	Mujer	16	121
EDAD	< 30 años	6	11
	30-50 años	19	135
	> 50 años	1	3
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	2	3
	Ingenieros y técnicos	1	1
	Administrativos	-	1
	Personal de venta y distribución	23	144

(JF)

(NA)

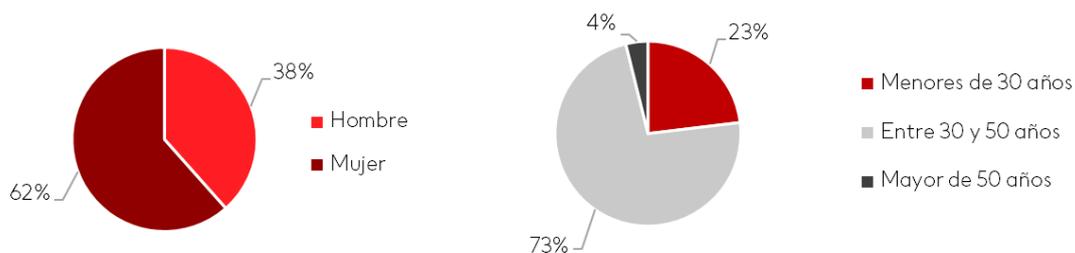


Figura 7 Porcentaje de empleados despedidos segregado por sexo (izquierda) y por edad (derecha).

(AP)

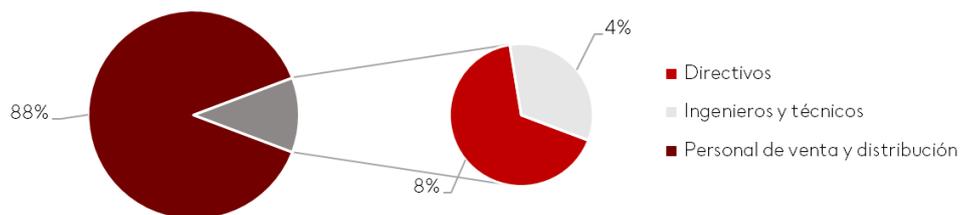


Figura 8 Porcentaje de empleados despedidos segregado por categoría profesional.

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.⁶

Tabla 19. Remuneración promedio segregada por sexo (euros)

		2020	2019
SEXO	Hombre	20.671	20.074
	Mujer	19.424	19.006
TOTAL		19.639	19.186

Tabla 20. Remuneración promedio segregada por edad y sexo (euros)

			2020	2019
EDAD	< 30 años	Hombre	17.339	16.909
		Mujer	17.478	16.902
		TOTAL	17.445	16.903
	30-50 años	Hombre	21.445	21.652
		Mujer	19.801	19.857
		TOTAL	20.066	20.135
	> 50 años	Hombre	25.453	26.214
		Mujer	19.535	19.284
		TOTAL	20.317	20.139

En las siguientes tablas se muestra la remuneración media segregada por categoría profesional y por sexo en H&M España en 2020. Para la remuneración promedio del **personal de venta y distribución**, se ha tenido en cuenta el salario bruto anual proyectado a 40 horas y un bonus, que representan la variable más representativa para esta categoría profesional. En el caso del **personal de oficina**, la remuneración promedio se ha calculado teniendo en cuenta todos los conceptos variables de remuneración para ofrecer más representatividad, lo que incluye el importe exacto de los bonus, un bonus para el año fiscal, los incentivos, festivos, traslado de familia, distancia de transporte y la cesta de navidad.

⁶ La remuneración promedio se ha calculado teniendo en cuenta la remuneración teórica a fecha 30 de noviembre de 2020. En este sentido, 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 21. Remuneración promedio segregada por categoría y sexo (euros)

			2020	2019
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	Hombre	55.898	57.254
		Mujer	51.433	51.555
		TOTAL	52.854	53.379
	Ingenieros y técnicos	Hombre	41.474	40.033
		Mujer	40.482	39.808
		TOTAL	40.767	39.870
	Administrativos	Hombre	27.651	28.731
		Mujer	29.474	29.121
		TOTAL	29.240	29.072
	Personal de venta y distribución	Hombre	19.068	18.640
		Mujer	18.649	18.338
		TOTAL	18.720	18.388

(JF)

Por otro lado, en la siguiente tabla se muestra la remuneración media de los directivos desagregada por sexo, teniendo en cuenta todas las retribuciones en especie, que incluyen las variables mencionadas anteriormente para el personal de oficina más el seguro médico.

Tabla 22. Remuneración media, incluyendo todos los conceptos, de los directivos segregada por sexo (euros)

(NA)

		2020	2019
SEXO	Hombre	58.826	60.158
	Mujer	53.384	53.285

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

(AP)

Brecha salarial

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

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

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

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

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

En la siguiente tabla se muestra la brecha salarial para H&M España en el ejercicio 2020, total y segregada por categoría profesional.

Tabla 23. Brecha salarial total y segregada por categoría profesional

		2020	2019
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	8,0%	10,0%
	Ingenieros y técnicos	2,4%	0,6%
	Administrativos	-6,6%	-1,4%
	Personal de venta y distribución	2,2%	1,6%
TOTAL		6,0%	5,3%

(JF)

(NA)

(AP)

Empleados con discapacidad

En la siguiente tabla se muestra el número de empleados con discapacidad en H&M España en 2020.

Tabla 24. Número de empleados con discapacidad

SEXO	2020		2019
	Hombre	12	11
Mujer	31	21	
TOTAL		43	32

En la actualidad hay 43 personas con discapacidad de las 123,64 necesarias para cubrir el porcentaje del 2% según la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. No obstante, el número restante se cubre mediante un contrato de prestación de servicios con los siguientes centros especiales de empleo: Ilunion CEE Limpieza y medioambiente, Eulen Centro Especial de Empleo, CISBA, Disclean, Integra MGSi CEE, Nordis Social Coffee, Inserta Servicios Complementarios y la Fundación Juan XXIII Roncalli para la Discapacidad Intelectual. También ha realizado la constitución de un enclave laboral con Laborplus CEE.

(JF)

(NA)

(AP)

5.4. Organización del trabajo

H&M España tiene establecidos diversos beneficios sociales y medidas de conciliación, recogidos 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.

(JF)

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.

(NA)

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**.

(AP)

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

Manual del Empleado – Horario Laboral

Puntualidad

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

Manual del Empleado – Horario Laboral (continuación)

Es tu responsabilidad fichar 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.

(JF)

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.

(NA)

Por otro lado, en 2020 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.

(AP)

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.

Política de desconexión digital en el ámbito laboral (continuación)

2. Utilizar funciones específicas de envío de correos electrónicos.

(JF) 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.

(NA) 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.

(AP) 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 2020 se contabilizan las siguientes, por los siguientes motivos:

Tabla 25. Número de horas de ausencia

TIPO	2020		2019	
	Accidente laboral	15.534	17.345	
Enfermedad	1.006.620	842.446		
Baja por nacimiento de hijo, adopción, guarda con fines de adopción o acogimiento	93.397	102.949		
TOTAL	1.115.551	962.740		



Figura 9 Porcentaje de las horas de absentismo según tipología.

Las ausencias por enfermedad han aumentado debido al impacto de la pandemia por Covid-19.

5.5. Salud y seguridad

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

Por ello, la empresa dispone de la documentación siguiente:



- Política sobre salud y seguridad.
- Manual de acogida de trabajadores/as de tiendas del grupo H&M (SGPRL).
- Manual de Tienda (SGPRL).
- Política sobre alcohol y drogas.
- Política sobre VIH y SIDA.
- 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.

(JF)

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 se encuentran coordinados por un departamento de seguridad en el que está integrado el servicio de prevención y un área de seguridad. Por su parte, los Store Managers realizan supervisiones mensuales constantes para verificar el correcto estado de las instalaciones, 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.

(NA)

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

(AP)

Riesgos identificados (I)

- 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.

Riesgos identificados (II)

- 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.

(JF)

- 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:

(NA)

- Proyección de fragmentos o partículas.

En este contexto, 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 contempla protocolos y medidas preventivas para adaptar los centros a la vuelta al trabajo. Asimismo, se organizaron equipos de trabajo para tener actualizada la información relativa a la implantación de medidas preventivas, aplicables a las diferentes comunidades autónomas, de forma previa a la reapertura de los centros, tales como la implementación de geles hidroalcohólicos, metacrilatos en puntos estratégicos de tienda y cajas, entre otros; el objetivo de garantizar la reapertura **cumpliendo todas las medidas de seguridad sanitaria**.

(AP)

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.

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.

(JF) 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.

(NA)

(AP)

En referencia a los accidentes con baja laboral sufridos por los trabajadores de H&M España, se han producido **64**, una reducción del 33% en comparación con el año anterior, tal como se puede consultar en la siguiente tabla.

Tabla 26. Accidentes de trabajo por sexo

		2020	2019
SEXO	Hombre	14	17
	Mujer	50	79
TOTAL		64	96

Tabla 27. Accidentes de trabajo in itinere por sexo

		2020	2019
SEXO	Hombre	7	8
	Mujer	24	32
TOTAL		31	40

(JF)

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.

(NA)

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

		2020	2019
SEXO	Hombre	21,33	9,3
	Mujer	15,98	8,9

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

(AP)

Tabla 29. Tasa de gravedad por sexo

		2020	2019
SEXO	Hombre	0,58	0,21
	Mujer	0,55	0,27

En el año 2020, como se ha indicado anteriormente (Ver apartado “5.3. Generación de empleo”) H&M España tuvo que hacer frente al cierre de la totalidad de las tiendas en territorio nacional durante un periodo aproximado de 2-3 meses, además de los cierres perimetrales, confinamientos selectivos y establecimiento del toque de queda. Estos hechos han dado como resultado una reducción de horas efectivas trabajadas en comparación con el año anterior. No obstante, la reducción en el número de accidentes ha sido menor a la reducción en las horas trabajadas, lo que ha provocado que la tasa de frecuencia y la tasa de gravedad de accidentes se haya visto incrementada para el año fiscal 2020. En este contexto, las principales causas por las que se han producido accidentes en el año fiscal

2020 son el sobreesfuerzo físico, al contar con menos recursos de personal después de varios meses de inactividad debido a los ERTES; y caídas de los trabajadores, donde la situación de incertidumbre y el riesgo psicosocial derivado por la pandemia puede estar vinculado con la desconcentración, descuidos y falta de atención.

Asimismo, cabe apuntar que en 2019 y 2020 no ha habido enfermedades profesionales en H&M España.

Adicionalmente, el Grupo H&M, en su **Compromiso de Sostenibilidad**, establece los siguientes objetivos con relación a salud y seguridad para sus proveedores, basados en las convenciones 155 y 183 de la OIT, y las recomendaciones 164 y 191:

(JF)

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:

(NA)

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

(AP)

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

5.6. Relaciones sociales

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

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

(JF)

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

(NA)

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.

(AP)

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

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

5.7. Formación

(JF) 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 parte de las formaciones disponibles y el registro de las mismas. El tipo de contrato especifica la duración del periodo de formación inicial y siempre que es posible se incentiva la promoción interna. Durante ese tiempo, se asigna un/a mentor/a de apoyo y ayuda en la formación.

(NA) Por otro lado, H&M España proporciona una **formación obligatoria en PRL** para todos los empleados y empleadas de nueva incorporación y para aquellos que hace más de 5 años que realizaron la última formación. Asimismo, en 2020 se realizaron formaciones de inglés para los empleados y empleadas de oficinas durante 6 meses, adaptando el nivel al conocimiento de cada persona. En este sentido, también se realizó un programa especial de inglés durante un mes para todos los empleados y empleadas, tanto de oficinas, como de tiendas y almacén, donde los mismos se pudieron registrar de forma voluntaria.

Cabe destacar también que durante el 2020 se han llevado a cabo nuevas formaciones para los empleados y empleadas a través de la plataforma de formaciones Coursera y dentro del proceso de digitalización de la compañía se realizaron formaciones específicas de las herramientas internas: People Data, Work Force One y Office 365.

En la siguiente tabla se pueden consultar las horas de formación realizadas en H&M España en 2020.

(AP) **Tabla 30. Cantidad de horas de formación realizadas por H&M España**

		2020	2019
CATEGORÍA PROFESIONAL	Directivos	316	16
	Ingenieros y técnicos	3.556	3.834
	Administrativos	0	0
	Personal de venta y distribución	12.851	242.424
TOTAL		16.723	246.274

Como se puede observar, las horas de formación se han reducido, principalmente debido al impacto de la pandemia por Covid-19, ya que la mayoría de formaciones se realizaban de forma presencial al personal de venta y distribución, y en determinados periodos de 2020 los centros de trabajo se encontraban cerrados.

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.
- Guía de actuación en caso de violencia sobre la mujer no intraempresarial.

(JF)

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

Política de igualdad y no discriminación

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

(NA)

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.

(AP)

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.

Por otro lado, la **guía de actuación en caso de violencia sobre la mujer no intraempresarial**, define las medidas a adoptar por la empresa en caso de que se conozca que una trabajadora es víctima de violencia de género. En este sentido, las medidas a adoptar por la empresa tienen como objetivo introducir a la presunta víctima en el circuito asistencial, prestar apoyo, así como medidas de protección en el ámbito laboral (movilidad geográfica, reordenación de la jornada, por ejemplo) una vez confirmada la condición de violencia de género y exista la orden de protección.

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.

Durante el ejercicio 2020 y, en la actualidad, 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**.

6. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

6.1. Políticas en materia de respeto de los derechos humanos

(JF)

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.

(NA)



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

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

(AP)

Política de derechos humanos del Grupo H&M

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

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

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

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

(JF)

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.

(NA)

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:

(AP)

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

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

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

- **Empleados:** para asegurar la prevención de potenciales abusos, se cuenta con un procedimiento de quejas aplicable a toda la organización. Cualquier empleado con

preocupaciones relacionadas con el impacto sobre los derechos humanos de las actividades de H&M puede comunicarlas a través del Procedimiento de Queja interno.

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

(JF)

(NA)

(AP)

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.

(JF)

(NA)

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, siendo el principal proveedor el Grupo H&M, 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, el Grupo 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.⁷ 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.

(AP)

⁷ Para más información sobre las políticas del Grupo H&M sobre derechos humanos, pueden consultar el siguiente [link](#).

6.3. Origen de los proveedores

En este sentido, respecto al origen de los proveedores de H&M España con facturación para el año 2020, fue mayoritariamente de la UE, representado por un 99,73%; siendo, a su vez, un 25,84% 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 73,89% restante fue procedente de otros países pertenecientes a la Unión Europea, principalmente Suecia, donde se encuentra la sede del Grupo H&M, principal proveedor de H&M España. Por último, respecto al 0,27% restante, el mayor volumen fue procedente de Estados Unidos (37,86%), seguido de Reino Unido (31,79%). En este sentido, en 2019 los proveedores también fueron mayoritariamente de la Unión Europea (un 99,84%).

(JF)

Asimismo, durante 2019 y 2020 no se han registrado denuncias relacionadas con la posible vulneración de los Derechos Humanos.

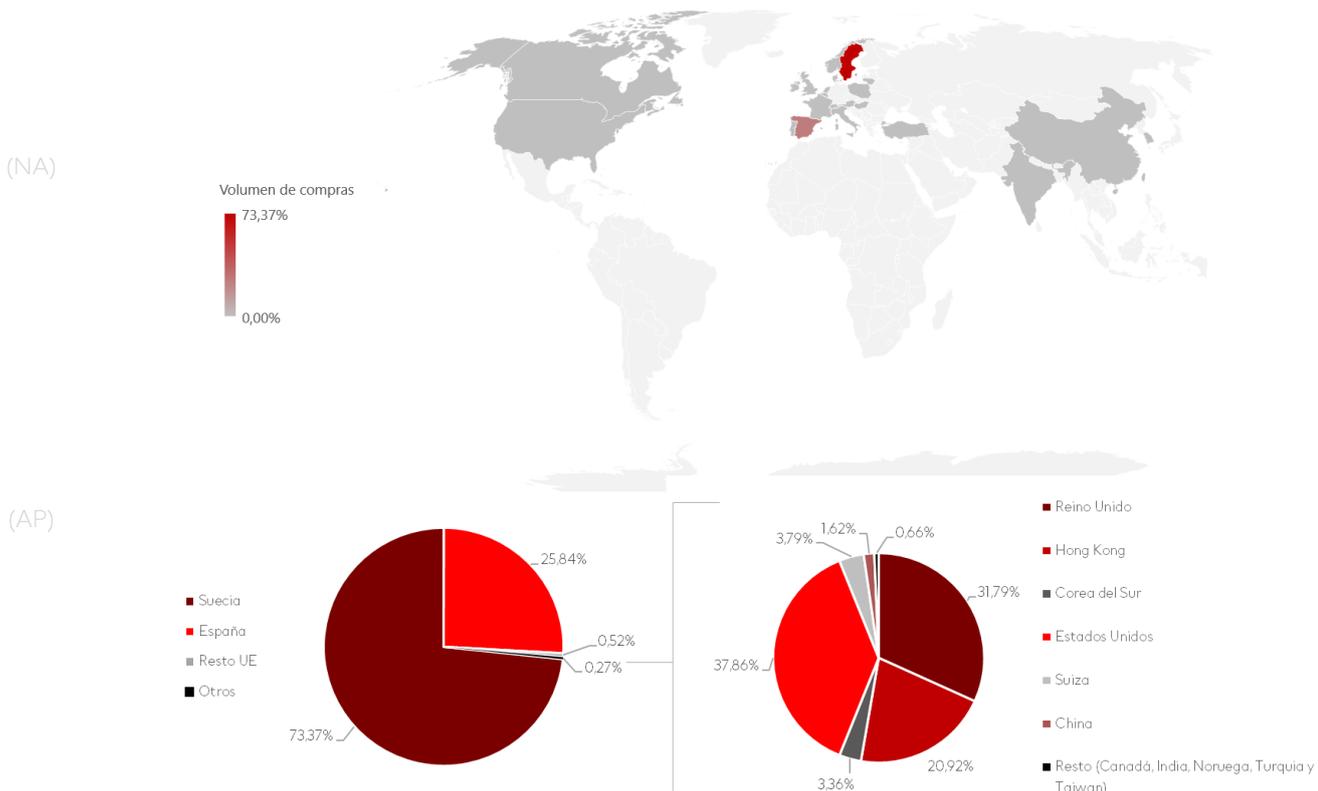


Figura 10 Mapa donde se representa la facturación respecto a los proveedores de H&M España en función del origen (arriba) y porcentaje de los mismos respecto al total mundial (abajo izquierda) y total no europeos (abajo derecha).

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

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

(JF)

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 una guía para la prevención de blanqueo de capitales.

(NA)



- Código Ético del Grupo H&M
- 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.

(AP)

Tolerancia cero – soborno y corrupción

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

Tolerancia cero – soborno y corrupción (continuación)

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

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

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

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

Tratos de favor

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

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

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

Tratos de favor (continuación)

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

Entretenimiento corporativo y otros eventos

(JF) 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.

(NA) 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.

(AP) Los principios en materia de conflictos de intereses son los siguientes.

Conflictos de interés

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

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

Conflictos de interés (continuación)

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

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

(JF)

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

Política de denuncia de irregularidades

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

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

(NA)

(AP)

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

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

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

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

(JF)

Se considera que los controles establecidos en base a los principios del Código de Ético de El Grupo H&M, de aplicación en España; hacen 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

(NA)

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.

(AP)

A lo largo de 2020, H&M España ha donado **16.288,97 €** a **Fundación Empresa y Sociedad**, destinado al fondo de respuesta solidaria de la Covid-19 a través de diversas campañas, y **6.000 €** a **Fundación Seres**, en concepto de desarrollar proyectos sociales que tengan un impacto positivo en la comunidad. Asimismo, también donó **16.000** piezas de básicos, calcetines y mantas a Cruz Roja, valorados en **29.747 €**.

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

Información general de la sociedad

Tabla 31. Información general de la sociedad

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas	
(JF)	Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio entorno empresarial, su organización y estructura.	102-1 Nombre de la organización.	Definición de la Organización.	7-11, 14, 18
		Mercados en los que opera.	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.		
		Objetivos y estrategias.	102-3 Ubicación de la sede.		
		Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura.	102-4 Ubicación de las operaciones.		
(NA)	Estrategia y gestión de riesgos	Descripción de las políticas que aplica la compañía.	102-6 Mercados servidos	Materialidad. Políticas desarrolladas por la Organización.	17, 19-20, 26-27, 37-38, 40, 64-65, 66-69, 71-75
		Resultados de las políticas que aplican a la compañía.	102-18 Estructura de gobernanza.		
		Principales riesgos relacionados con cuestiones vinculadas a las actividades de la compañía.			
(AP)	Estrategia y gestión de riesgos	Resultados de las políticas que aplican a la compañía.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Desarrollo y seguimiento de las políticas de la Organización.	22-25, 28-36, 40-65, 70, 75
		Principales riesgos relacionados con cuestiones vinculadas a las actividades de la compañía.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.		
		Principales riesgos relacionados con cuestiones vinculadas a las actividades de la compañía.	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades.		
(NA)	Perfil del EINF	Asuntos relevantes y materialidad.	102-47 Lista de los temas materiales	Análisis de materialidad del Grupo.	11-12

Información sobre cuestiones ambientales

Tabla 32. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas
Gestión ambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad.	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades.	Definición del impacto.	33-34
	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, se han calculado los recursos destinados al cambio de luminarias por luminarias LED, con menor consumo energético. 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.	33
	Aplicación del principio de precaución.	102-11 Principio o enfoque de precaución.	Definición del impacto.	27

(JF)

(NA)

(AP)

Tabla 32. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas	
(JF)	Gestión ambiental	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	n.a.	Debido al tipo de actividad, de acuerdo con la Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental, la compañía no tiene obligación de disponer de un seguro de Responsabilidad Medioambiental.	26-27, 33
(NA)	Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica).	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	Cálculo de la huella de carbono, a partir de los factores de emisión asociados al mix eléctrico de España, el consumo de gas natural y gases refrigerantes y el transporte usado por la empresa (avión y ferrocarril). Debido al tipo de actividad, la contaminación lumínica y por ruido no se consideran materiales.	35
(AP)	Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación (2016).	Iniciativas de la empresa para la recuperación de ropa, diseño de sus tiendas y sistemas de gestión contratados.	28-31
		Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	n.a.	Debido al tipo de actividad no les aplica considerar acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	29
	Uso sostenible	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	303-1 Extracción de agua (2018).	Cálculo de m ³ en base a la información obtenida de facturación.	31-32

Tabla 32. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas	
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen.	Cálculo en kg/año a partir de la facturación.	34	
(JF)	Uso sostenible de los recursos				
	Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Definición de medidas.	32-35	
	Consumo, directo e indirecto, de energía.	302-1 Consumo energético dentro de la organización.	Información obtenida a partir de datos de facturación.	32	
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Definición de medidas.	32-33	
(NA)	Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce.	305-2 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).	35
		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.	29, 32, 34
		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.	32-34
(AP)	Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.	Definición del impacto. No material.	36

Tabla 32. Información sobre cuestiones ambientales

Apartado Ley 11/2018	Estándar GRI	Método de Cálculo	Páginas
	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.
			36

(JF)

(NA)

(AP)

Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Tabla 33. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
(JF)	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. 102-7 Tamaño de la organización.	Promedio del número de contrataciones mensuales durante 2020 y de contrataciones a fecha de 31/11/2020.	44-48
(NA)	Brecha salarial	n.a.	Remuneración promedio hombres – remuneración promedio mujeres, dividido por la remuneración promedio de hombres.	50-51
(AP)	Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor. 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.	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. Asimismo, se hace una estimación como si las personas que no han trabajado todo el ejercicio de 2020 lo hubieran hecho.	49-50
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	n.a.	Definición de medidas.	54-55

Tabla 33. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal				
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
	Empleados con discapacidad.	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Número de empleados con discapacidad.	52
(JF)	Organización del tiempo de trabajo.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Definición horarios.	53-54
	Número de horas de absentismo.	403-9 Lesiones por accidente laboral (2018).	Número de horas de absentismo.	56
	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.	53
(NA)	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	403-9 Lesiones por accidente laboral (2018). 403-10 Dolencias y enfermedades laborales (2018).	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 .	56-61
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.			
(AP)	Relaciones sociales	403-4 Participaciones de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo (2018). 403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad.	Definición de medidas.	62-63

Tabla 33. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal					
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página	
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	102-41 Acuerdos de negociación colectiva.	% de trabajadores por convenio.	62	
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4 Participaciones de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo (2018).	Aspectos de seguridad y salud incluidos en los convenios.	62-63	
(JF)	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.	63
		Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1 Media de horas de formación al año por empleado.	Sumatorio de horas de formación.	63
(NA)	Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes. 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Medidas derivadas de la política de igualdad y no discriminación.	64-65
		Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes. 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Política de igualdad y plan de igualdad.	65
(AP)	Igualdad	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes. 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	Número de empleados discapacitados.	52, 65
		Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Política de igualdad y no discriminación. Política contra el acoso y la discriminación.	64-65

Información sobre el respeto de los derechos humanos

Tabla 34. Información relativa al respeto de los derechos humanos			
Apartado Ley 11/2018	Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta. 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	Análisis de la política de derechos humanos.	66-69
Prevenición 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.	66-70
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 no se han registrado denuncias relacionadas con la posible vulneración de los derechos humanos.	19-21, 53, 61, 64, 67-70
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.			

(JF)

(NA)

(AP)

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Tabla 35. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Apartado Ley 11/2018	Estándar GRI	Método de Cálculo	Página
	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 71-75
(JF)	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Código Ético. Política de denuncia de irregularidades. Guía para la prevención del blanqueo de capitales.	71-75
(NA)	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.		
	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	€/año aportados por fundación o entidad sin ánimo de lucro. Colaboraciones con entidades sin ánimo de lucro.	75
(AP)	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.		

Información sobre la sociedad

Tabla 36. Información sobre la sociedad					
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página	
(JF)	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. 203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	Número de trabajadores.	44
		Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores. 203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	Número de trabajadores.	44
		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, 19-21, 26-27, 61
		Acciones de asociación o patrocinio.	102-13 Afiliación a asociaciones.	Detalle de las asociaciones de las cuales se forma parte.	25
(NA)	Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad.	15-16, 18-21, 61, 66-68
		Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad. Programa propio de evaluación del impacto sostenible de sus socios.	15-16, 18-21, 61, 66-68
		Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes.	Análisis del Código Ético y el Compromiso de sostenibilidad.	19, 21

Tabla 36. Información sobre la sociedad					
Apartado Ley 11/2018		Estándar GRI	Método de Cálculo	Página	
(JF)	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, 22-24
		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.	22-24
(NA)	Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país.	207 -4 Presentación de informes país por país.	Información en base a criterios contables.	25
		Impuestos sobre beneficios pagados.	207 -4 Presentación de informes país por país.	Información en base a criterios contables.	25
(AP)		Subvenciones públicas recibidas.	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno.	Información en base a criterios contables.	25

FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA (EINF)
CONSOLIDADO DEL EJERCICIO 2020

Johan Fredrik Björkstедt
(Presidente)

Nils Axel Vinge
(Secretario)

Anders Peter Jonasson
(Consejero)

28 de febrero de 2021

H&M