

ANEXO I

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

31-08-2024

**PRIMARK
TIENDAS SLU**

Índice

- I. Introducción
- II. Gestión de riesgos no financieros
- III. Información general
- IV. Lucha contra la corrupción y el soborno
- V. Respeto de los derechos humanos
- VI. Personal
- VII. Sociedad
- VIII. Medioambiente

I. Introducción

El presente estado de información no financiera se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, sobre información no financiera y diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican 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, sobre auditoría de cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En su elaboración también 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. Asimismo, este informe se ha elaborado con referencia a lo establecido en la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (normas GRI).

En este contexto, a través del estado de información no financiera, PRIMARK TIENDAS SLU tiene el objetivo de informar sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal y a los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio.

La compañía aplica el principio de precaución en el diseño y la implementación de sus políticas y procedimientos relativos a los asuntos medioambientales, la salud y la seguridad, el desarrollo del negocio y los derechos humanos. Dichas políticas incluyen una Política Medioambiental, una Política de Salud, Seguridad y Bienestar, una Política contra la Corrupción y el Soborno, y un Código de Conducta del Proveedor. Estas se describen con más detalle a lo largo de este informe.

A menos que se indique lo contrario, el periodo de elaboración de este informe no financiero es el ejercicio fiscal que termina el 31 de agosto de 2024. Con respecto al informe no financiero de 2023, no ha habido cambios en el perímetro de elaboración del informe.

Asuntos materiales y compromiso de las partes interesadas

Durante la elaboración de este informe y la selección de sus contenidos se han tenido en cuenta los asuntos materiales cubiertos por las normas europeas de elaboración de informes de sostenibilidad (ESRS, por sus siglas en inglés), publicadas por EFRAG y los asuntos específicos del sector identificados por la junta de normas contables de sostenibilidad (SASB, por sus siglas en inglés) para la industria de la ropa, los accesorios y el calzado.

También mantenemos contactos periódicos con las partes interesadas a nivel de Grupo y/o negocio, dependiendo del asunto en concreto.

Partes interesadas	Asuntos clave	Formas de compromiso
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Salud y seguridad • Diversidad, equidad e inclusión • Coste de la vida • Cultura y bienestar • Compromiso y desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> • Intranet • Newsletters • Encuestas • Correo electrónico • Formación • Tablón de noticias • Programas sobre salud y seguridad • Ayuntamientos • Reuniones
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación responsable • Sostenibilidad de la cadena de suministro • Prácticas de pago • Fortaleza del capital • Derechos humanos y laborales en nuestras cadenas de suministro • Transparencia en nuestras cadenas de suministros 	<ul style="list-style-type: none"> • Conversaciones • Formación • Sesiones de comunicación • Correspondencia • Auditorías • Compromiso con sindicatos y ONG
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Productos seguros y saludables • Relación calidad-precio • Disponibilidad de los productos • Relación con los clientes • Impacto social y medioambiental • Entorno de la tienda 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartelería en el interior de la tienda • Interacciones cara a cara con el personal • Encuestas a los clientes • Sitio web • Etiquetado • Redes sociales • Líneas de contacto con el consumidor • Análisis de datos de mercado
Comunidades y su entorno	<ul style="list-style-type: none"> • Mitigación y adaptación al cambio climático • Gestión del agua • Recursos naturales y economía circular • Residuos y embalajes • Impacto social, incluidas las oportunidades laborales • Prácticas agrícolas 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de coaching y formación • Programas y planes comunitarios • Trato con ONG y otros programas y planes expertos • Diversos programas medioambientales
Gobiernos	<ul style="list-style-type: none"> • Gobernanza corporativa y reforma de auditorías 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones, llamadas y correspondencia

	<ul style="list-style-type: none"> • Planes de ayuda a la energía • Tasas e impuestos comerciales • Política comercial • Asuntos relativos al clima y el medioambiente • Salud pública • Ayuda a los negocios y sus trabajadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Respuesta a consultas y llamadas para recabar pruebas • Facilitación de datos/opiniones • Participación en planes de gobierno • Foros del sector • Visitas sobre el terreno • Asistencia a conferencias
--	--	--

El presente estado de información no financiera ha sido sujeto a un proceso de revisión externa independiente. El informe de garantía independiente que comprende los objetivos y el alcance del proceso, así como los procedimientos de revisión utilizados y sus conclusiones, se incluye al final de este documento.

II. Gestión de riesgos no financieros

La consecución de nuestros objetivos estratégicos y el crecimiento sostenible de nuestra empresa y el valor de los accionistas a largo plazo dependen de una gestión eficaz de los riesgos. Primark se enfrenta a incertidumbres en el negocio frecuentemente, y un enfoque estructurado del manejo de los riesgos es lo que le permite mitigar y gestionar estos riesgos y aprovechar las oportunidades cuando surgen. Estas disciplinas siguen siendo eficaces ante un entorno mundial que sigue siendo incierto, con unos desafíos globales, económicos, geopolíticos y medioambientales cada vez más complejos.

La Directiva del Grupo es responsable de la gestión eficaz de los riesgos, así como de acordar cuáles son los principales riesgos a los que se enfrenta la empresa, incluidos los emergentes, y de garantizar que estos se gestionen de forma exitosa. Asimismo, lleva a cabo una evaluación anual sólida de los principales riesgos, incluidos todos aquellos riesgos emergentes que puedan llegar a amenazar el modelo de negocio, el desempeño futuro, la solvencia o la liquidez.

Estos riesgos emergentes se identifican, como parte del proceso general de gestión de riesgos, a través de diferentes métodos de exploración del horizonte, entre otros: perspectivas geopolíticas, evaluación continua de la actividad de los competidores y los factores de mercado, talleres y reuniones de gestión centradas en la identificación de riesgos, análisis de los riesgos existentes utilizando el conocimiento y la experiencia de la industria para entender cómo pueden afectarnos estos riesgos en el futuro, y representación y participación en asociaciones clave de la industria.

Estos riesgos y su impacto en el desempeño del negocio se comunican durante el año y se consideran parte del proceso de revisión de la gestión mensual.

Los riesgos e incertidumbres a los que enfrenta el negocio son los típicos del sector Retail, pero se ven mitigados por el sólido desempeño financiero de la compañía, así como por su larga reputación y tradición dentro del sector.

Áreas clave de atención este año:

- Procesos eficaces de gestión de riesgos y controles internos
- Confianza del consumidor
- Cambios legislativos
- Gobernanza medioambiental y social

Principales riesgos e incertidumbres

- Riesgos externos

La complejidad de operar en mercados globales

Contexto e impacto potencial:	Mitigación:	Cambios desde 2023:
<p>Primark ostenta una compleja cadena de suministro que depende de países como China, Bangladés, India y Turquía. Por este motivo estamos expuestos a:</p> <p>las fuerzas del mercado global; las fluctuaciones en las economías nacionales;</p> <p>el malestar social y los cambios en las legislaciones. La incertidumbre geopolítica sigue siendo elevada debido a la continuidad de la guerra en Ucrania, la escalada del conflicto en Gaza hacia el Líbano, el cierre del Canal de Suez, la reciente dimisión del primer ministro de Bangladesh y el panorama político general, que comprende las elecciones en EE.UU. y en varios países de Sudamérica, África y el sudeste asiático. El no reconocer y responder a cualesquiera de estos factores podría afectar directamente a la rentabilidad de nuestras operaciones. Entrar en nuevos mercados es un riesgo para cualquier negocio.</p>	<p>Nuestro enfoque de la gestión del riesgo tiene en cuenta la volatilidad potencial del mercado a corto plazo y evalúa los panoramas socioeconómicos y políticos más a largo plazo. Los eventos sociopolíticos son extremadamente impredecibles por naturaleza. Sin embargo, nuestro negocio cuenta con planes detallados de contingencias que incluyen respuestas de seguridad a nivel de instalación y la mejora de la seguridad de los trabajadores. En el caso de un evento geopolítico grave que interrumpa la cadena de suministro de Primark, el riesgo se mitigaría parcialmente a corto plazo, pues contamos con varias semanas de inventario en almacenes y plazos de entrega relativamente largos, mientras a su vez también implementamos estrategias alternativas de abastecimiento. Nuestros equipos de gestión realizan un seguimiento del origen de los productos y las materias primas y trabajan estrechamente con los proveedores para asegurarse las materias primas, mantener la producción y ofrecer un suministro seguro a los consumidores.</p> <p>Primark trata con gobiernos, legisladores locales y organizaciones comunitarias para contribuir y anticiparse a los cambios importantes en la política pública. Cuando empezamos actividades comerciales en nuevos mercados</p>	<p>Aunque la volatilidad de la cadena de suministro ha disminuido y los precios de la energía han seguido bajando durante el año, la situación geopolítica actual sigue siendo frágil. Esto podría repercutir en el coste y la disponibilidad de materias primas y productos básicos.</p> <p>La guerra de Ucrania implica que todavía existe cierto riesgo de volatilidad en los precios de la energía y el riesgo de más interrupciones en la cadena de suministro. La escalada del conflicto en Gaza no nos ha afectado directamente, pero seguimos de cerca la situación. Seguimos vigilando la situación en el mar Rojo y el cierre del Canal de Suez, pero hasta ahora hemos podido desarrollar nuestra actividad sin trastornos significativos en nuestra cadena de suministro. El gasto de los consumidores ha seguido resistiendo en este periodo comercial; sin embargo, varios de los países en los que trabajamos se enfrentan a un riesgo de recesión que podría exacerbar los problemas de deuda, aumentar el riesgo de crisis en los mercados emergentes y desencadenar la inestabilidad de los mercados. Las tensiones geopolíticas siguen siendo un factor a tener en cuenta en varios países en los que operamos nosotros o nuestra cadena de suministro. Pero llevamos a cabo un seguimiento continuo de la situación y hasta el momento no ha habido repercusiones importantes para nuestro negocio.</p>

	llevamos a cabo rigurosas comprobaciones.	
--	---	--

- Riegos operativos

Salud y seguridad en el lugar de trabajo

Contexto e impacto potencial:	Mitigación:	Cambios desde 2023:
<p>Si los riesgos y peligros asociados al lugar de trabajo no se controlan totalmente, nuestras operaciones pueden entrañar la pérdida de la vida o lesiones en el lugar de trabajo a nuestros empleados y contratistas, tanto dentro como fuera de las instalaciones de trabajo.</p>	<p>La seguridad, la salud y el bienestar de nuestros empleados y contratistas sigue siendo una de nuestras principales prioridades. El jefe ejecutivo, que predica con el ejemplo, es responsable del funcionamiento del negocio. La Política de Salud, Seguridad y Bienestar del ABF deja patente que necesitamos que las empresas mejoren continuamente y asegurarnos de que entendemos los riesgos y peligros de nuestras actividades y de que establecemos los controles pertinentes para cuidar de nuestro personal. Contamos con un programa anual de auditoría externa independiente para verificar la aplicación de nuestros procesos de gestión de riesgos y para apoyar una cultura de mejora continua. Nuestras empresas comparten una guía de buenas prácticas, coordinada desde el centro corporativo, para complementar la ejecución de sus propios programas. La guía aborda los riesgos críticos a la hora de mover los vehículos, las caídas de personal y materiales desde alturas, la seguridad de la maquinaria, los espacios</p>	<p>Consulte el apartado Personal del presente informe para más información sobre los resultados de este año.</p>

	confinados, la seguridad eléctrica y la gestión de los contratistas, así como las lesiones más comunes pero menos graves derivadas de la manipulación manual y de resbalones y tropiezos.	
--	---	--

Seguridad y calidad del producto

Contexto e impacto potencial:	Mitigación:	Cambios desde 2023:
Como minorista líder, es esencial que gestionemos la seguridad y calidad de nuestros productos a lo largo de toda nuestra cadena de suministro.	Todos los productos de Primark son sometidos a pruebas y deben cumplir exigentes especificaciones de seguridad de acuerdo con los requisitos legales y, en algunos casos, por encima de ellos. Primark continúa impulsando y mejorando el desempeño del producto con fines de calidad y cumplimiento mediante sus procesos globales de cumplimiento, sus centros de inspección locales y la gestión de los datos de sus proveedores.	Durante este año no hemos tenido retiradas importantes de productos. Ha habido un pequeño número de retiradas de productos que se ha gestionado y seguido como parte del transcurso normal del negocio.

Brechas de seguridad informática y de la información

Contexto e impacto potencial:	Mitigación:	Cambios desde 2023:
El panorama de los riesgos de ciberseguridad ha seguido evolucionando y las amenazas siguen siendo frecuentes, sofisticadas, organizadas y agresivas. Este riesgo creciente requiere actividades de mejora continua por parte de nuestros equipos de ciberseguridad para gestionar nuestra exposición permanente al riesgo. Nuestras operaciones	Hay establecido un programa de inversión continuada tanto en tecnología como en personas para potenciar la longevidad de nuestros entornos informáticos. Esta inversión continua incluye el control y la protección de los entornos informáticos y de fabricación. Seguimos mejorando nuestra cultura de la seguridad mediante	A lo largo del año hemos seguido invirtiendo y mejorando las políticas, procedimientos y capacidades de seguridad en todas nuestras instalaciones informáticas y de fabricación. Trabajamos con especialistas en seguridad independientes que realizan pruebas de penetración periódicas. Se ha ampliado la cobertura de nuestras herramientas para proteger nuestros sistemas de correo electrónico, lo que proporciona una mayor defensa contra las amenazas más avanzadas que se han vuelto frecuentes con la armamentización de la inteligencia artificial.

<p>empresariales y de fabricación, eficientes y eficaces, se ven reforzadas por el uso de las tecnologías pertinentes y por el intercambio de información.</p> <p>El éxito de un ciberataque debido a la actividad maliciosa de un agente de amenaza interno o externo podría provocar la pérdida de datos, la interrupción de las operaciones, el incumplimiento de la normativa o la pérdida de confianza de los clientes.</p>	<p>formaciones de concienciación para los usuarios que incluyen simulaciones de phishing. Esto reduce la probabilidad de que nuestros empleados sean víctimas de este tipo de ataques.</p> <p>Hemos establecido políticas, tecnologías y procesos de seguridad informática a nivel de ABF Grupo, todos ellos sometidos a auditorías internas periódicas.</p>	<p>Hemos seleccionado una nueva plataforma de simulación de crisis para que la utilicen todas las empresas de ABF. Esto forma parte de la mejora de nuestras capacidades de respuesta ante incidentes cibernéticos graves.</p>
--	--	--

Nuestra cadena de suministro y nuestras prácticas comerciales éticas

Contexto e impacto social:	Mitigación:	Cambios desde 2023:
<p>Primark es un negocio global y diverso con complejas cadenas de suministro. Los riesgos más críticos en nuestra cadena de suministro son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la transparencia del origen de las materias primas y los lugares de fabricación y las condiciones laborales en nuestras cadenas de suministro; • la vulnerabilidad inherente de los trabajadores; y • garantizar la coherencia de nuestro enfoque hacia la debida diligencia y la capacidad de prevenir, evitar o mitigar las repercusiones sociales y medioambientales negativas que puedan surgir. 	<p>Primark es miembro de la Iniciativa de Comercio Ético y también se le reconoce por su programa de Sostenibilidad Medioambiental y de Comercio Ético. Primark cuenta con un programa consolidado de auditoría y supervisión del comercio ético, que es clave para identificar los riesgos dentro de la cadena de suministro y para garantizar que se tomen medidas paliativas cuando sea necesario. En nuestra Política de Derechos Humanos en la Cadena de Suministro explicamos nuestro enfoque de la debida diligencia. Primark publica Mapas Globales de Aprovisionamiento y proporciona información sobre sus procesos, avances y retos a través de informes</p>	<p>Consulte el apartado Respeto de los derechos humanos del presente informe para más información sobre las actividades de la compañía este año.</p>

	corporativos, sitios web, actividades donde participan las partes interesadas y su participación en evaluaciones comparativas de referencia.	
--	--	--

Uso de nuestros recursos naturales y gestión de nuestro impacto medioambiental

Contexto e impacto social:	Mitigación:	Cambios desde 2023:
<p>Primark depende de una serie de recursos naturales para entregar nuestros productos.</p> <p>Nuestro impacto medioambiental se deriva de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • el uso de energía y combustible; • el uso de la tierra para explotación agrícola; • la extracción y gestión de agua y aguas residuales, en particular en zonas propensas a la sequía; y • los residuos que no se reutilizan o se reciclan, incluidos los plásticos de un solo uso. <p>Una mala gestión de lo anterior podría suponer un riesgo para el medioambiente y las comunidades locales, además de poner en peligro nuestras licencias de explotación y generar costes adicionales.</p> <p>En muchos países en los que operamos sigue aumentando el escrutinio normativo y los requisitos de información en materia de riesgos ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) que debemos cumplir. Por nuestra parte, nos comprometemos a seguir cumpliendo estos requisitos.</p>	<p>Reconocemos nuestro papel en el apoyo a la transición hacia una economía baja en carbono y estamos alineados con el compromiso de los objetivos del Acuerdo Climático de París de 2015.</p> <p>Buscamos continuamente formas de mejorar la eficiencia tanto de nuestras operaciones como de nuestras cadenas de suministro mediante el uso de tecnologías y técnicas que reduzcan el uso de los recursos naturales.</p> <p>El agua es un bien esencial para la industria de la ropa. Es un recurso valioso y nuestra compañía pretende reducir la cantidad de agua que extrae para sus propias operaciones.</p> <p>Como parte del proyecto de algodón sostenible de Primark, formamos a agricultores en métodos destinados a aumentar el rendimiento del algodón y reducir los insumos, incluido el uso de agua, pesticidas químicos y fertilizantes.</p>	<p>Consulte el apartado Medioambiente para más información sobre el rendimiento medioambiental de la compañía.</p> <p>Para conocer más sobre nuestros planes de transición y nuestra estrategia de gestión de riesgos y evaluación de la materialidad, consulte el informe TCFD 2024 y el sitio web de ABE.</p>

Impacto del cambio climático y los desastres naturales en nuestras operaciones

Contexto e impacto social:	Mitigación:	Cambios desde 2023:
<p>Nuestro negocio y su cadena de suministro dependen de que esté asegurado el suministro de recursos naturales finitos, algunos de los cuales son vulnerables a factores externos tales como los desastres naturales y el cambio climático.</p> <p>El cambio climático sigue representando un riesgo material en toda nuestra cadena de suministro.</p> <p>El cambio climático a largo plazo afectará a las materias primas, mientras que los fenómenos meteorológicos extremos pueden perturbar las cadenas de suministro y las operaciones.</p>	<p>Determinar el potencial de los riesgos y oportunidades del cambio climático a medio y largo plazo es un desafío, ya que los efectos del cambio climático son inciertos. Cuando procede, trabajamos con expertos externos para comprender los riesgos y oportunidades relacionados con el clima específicos de cada departamento y centro de trabajo. Cuando los riesgos se consideran significativos, se incorporan a los correspondientes registros de riesgos empresariales y se determinan controles y procesos de mitigación.</p> <p>En el informe TCFD se ofrece más información y actualizaciones sobre los riesgos climáticos más importantes del Grupo.</p>	<p>Nuestra revisión de los riesgos y oportunidades medioambientales actuales ha determinado que el análisis de escenarios presentado como parte de nuestro informe TCFD sigue siendo pertinente. Nuestra compañía continúa implementando acciones específicas a fin de reducir el impacto del cambio climático y los desastres naturales en nuestros negocios. Para más detalles sobre el análisis de escenarios, los planes de transición y nuestra estrategia de gestión de riesgos y evaluación de la materialidad, consulte el TCFD en el sitio web de ABE.</p>

III. Información general

Modelo y estrategia general de negocio

Primark se fundó en Irlanda hace 55 años, en 1969, con el nombre de Penneys y el objetivo de ofrecer a las familias ropa y artículos cotidianos a precios asequibles. Hoy, nuestros principios siguen siendo los mismos: queremos que nuestros clientes confíen en que siempre les ofreceremos los mejores precios, sin concesiones. Nuestro objetivo es crear la máxima alegría al mínimo coste. Hacemos que verse bien y sentirse bien cueste menos. Siempre hemos sido asequibles, pero hoy en día esto tiene un significado mucho más amplio para nosotros. La asequibilidad no solo debe significar precios bajos, sino que también debe estar asociada a la calidad, la durabilidad, la ética, la sostenibilidad, la accesibilidad y el impacto en la comunidad. Nuestro objetivo seguirá evolucionando al servicio de nuestros clientes.

Todo el mundo es bienvenido a Primark. Tenemos clientes de todas las edades, tallas e ingresos, y ofrecemos desde camisetas básicas y abrigos de invierno hasta ropa para bebés prematuros o prendas para después de una operación de cáncer de mama. Nuestra capacidad para hacer que la moda sea asequible para todos desde hace más de 50 años se debe a nuestra forma de trabajar ágil, sencilla y eficaz.

Primark es un minorista internacional que cuenta con 82.123 colaboradores en 17 países.¹ Primark está centrada en crear grandes experiencias de moda. Para ello cuenta con 451 tiendas¹ a nivel internacional y sigue expandiéndose en mercados nuevos y existentes.

Primark cuenta con un modelo único de negocio que ha sido refinado y perfeccionado durante los últimos 55 años. En el corazón de todo ello se asienta la asequibilidad para nuestros clientes. Tenemos un departamento de productos centralizado, de manera que los clientes encontrarán las mismas categorías (adaptadas a las preferencias locales) en los 17 mercados en los que se ubican nuestras tiendas. Compramos a gran escala, lo que permite que nuestros precios sean lo más bajos posible. Y este planteamiento también se extiende a nuestro modelo operativo. Nos esforzamos por reducir al mínimo los pasos entre la fábrica y el taller, y utilizamos muy poco el costoso transporte aéreo. Nuestras etiquetas y embalajes son mínimos para mantener bajos nuestros costes de envasado y, por lo tanto, los precios al cliente.

Todo ello se sustenta en nuestro compromiso con unas prácticas empresariales responsables hacia los proveedores con los que trabajamos, los trabajadores que confeccionan nuestras prendas y los colaboradores que gestionan nuestras tiendas. Lo conseguimos estando cerca de nuestros clientes, a través de nuestros colaboradores de las tiendas, de la mejora del sitio web para los clientes y de los seguidores en las redes sociales.

Primark entró en el mercado español en 2006 con la apertura de su primera tienda en el centro comercial Plenilunio de Madrid.

Acerca de Associated British Foods PLC

Nuestra empresa matriz, ABF, se inauguró en 1935 en calidad de panadería. Desde entonces, ha

1. Datos al cierre del ejercicio de ABF, el 14 de septiembre de 2024.

crecido y se ha diversificado para convertirse en un grupo minorita de alimentación e ingredientes que emplea a más de 138.000 personas en 56 países.¹ Compartimos la creencia de ABF de que actuar con responsabilidad e integridad es la única manera de construir y gestionar un negocio a largo plazo. También compartimos un compromiso riguroso hacia la conducta ética y las prácticas de negocio responsables con las personas y el planeta. Asimismo, nos esforzamos por ser buenos vecinos y contribuir positivamente a las comunidades en las que operamos a la vez que reconocemos nuestras obligaciones generales con la sociedad en su conjunto.

Estrategia de sostenibilidad

Primark Cares es nuestro compromiso de hacer el bien como negocio. Esto significa fabricar ropa más sostenible que todo el mundo pueda permitirse, reducir nuestro impacto en el planeta y apoyar los medios de subsistencia de las personas que fabrican nuestra ropa. Para alcanzar estas metas, estamos cambiando la manera en que diseñamos y fabricamos nuestra ropa, desde los materiales que utilizamos y cómo trabajamos con nuestros proveedores hasta cómo se embalan y transportan nuestros productos. Nuestra estrategia Primark Cares se sustenta en el trabajo de nuestro equipo de Sostenibilidad Medioambiental y Comercio Ético (ETES, por sus siglas en inglés), que comenzó hace 15 años. Puede encontrar más información en nuestro [sitio web](#).

Con el foco en tres áreas principales: Producto, Planeta y Personas, nuestra estrategia se extiende hasta 2030 y se sustenta en cuatro elementos clave:

- Nuestro compromiso con la ética y los derechos humanos, a través de nuestro [Código de Conducta del Proveedor](#) y nuestra [Política de Derechos Humanos en la Cadena de Suministro](#);
- [Nuestra Política Medioambiental](#), que se enmarca dentro del Código de Conducta del Proveedor;
- La colaboración e implicación con nuestros proveedores, partes interesadas y socios; y
- La trazabilidad y la transparencia.

Estamos vigilando estrictamente y cambiando el entorno legislativo en el que operamos. Reconocemos que estos cambios pueden modificar nuestra forma de fabricar y abastecernos de productos y la de nuestros proveedores. La nueva legislación también implicará una mayor transparencia en el sector de la moda. Acogemos con satisfacción estos cambios que exigirán que todo el sector se adapte y evolucione y que deberían conducir a la igualdad de condiciones. Esto supondrá un cambio aún mayor, pero también garantizará la coherencia normativa, lo que será útil para los consumidores que intentan elegir mejor y con más conocimiento de causa. Seguimos comprometidos con la entrega de Primark Cares en este panorama cambiante. Encontrará más información sobre ética y sostenibilidad en [este enlace](#).



IV. Política contra la corrupción y el soborno

Como filial de ABF, hemos adoptado la Política contra la Corrupción y el Soborno de ABF y nos comprometemos a mantener los más altos niveles de ética y cumplimiento en todos los lugares donde se lleven a cabo actividades empresariales, en consonancia con todas las leyes locales y pertinentes. La política también está incorporada en nuestro Código de Conducta del Proveedor y prohíbe cualquier tipo de soborno, incluidas las propinas.

Los empleados de la sede central de Primark del Reino Unido y la República de Irlanda deben realizar formaciones online sobre cómo combatir el soborno y la corrupción cuando se incorporan a la empresa y a intervalos regulares durante su empleo. El equipo legal de ABF imparte formación presencial y virtual a nuestros equipos ubicados en los países de aprovisionamiento, lo que permite un debate directo y habilita un foro en el que pueden plantearse y abordarse preguntas o preocupaciones específicas. También exigimos a los proveedores de servicios y socios externos pertinentes —independientemente de su tamaño, ubicación o tipo de servicio prestado— que se sometan a nuestro programa de formación cuando nuestra evaluación indique que es necesario. Los proveedores de Primark están obligados a establecer procedimientos antisoborno y anticorrupción dentro de sus propios negocios. Puede consultar la política en este [enlace](#).

Nuestro enfoque de la denuncia de irregularidades

En Primark nos enorgullecemos de promover y proteger nuestra cultura de confianza, responsabilidad y respeto. Para nosotros es muy importante que nuestros colaboradores se sientan capacitados para comunicarnos cualquier cosa que consideren inapropiada, inadecuada, deshonesto, ilegal o peligrosa, así como mantener una comunicación abierta y sincera en todos los niveles de la empresa.

Lanzada en septiembre de 2021, Speak Up es nuestra estrategia para informar y tratar las preocupaciones sobre comportamientos inadecuados en el trabajo. Incluye una línea telefónica y un sistema web de denuncia gestionado por People Intouch. Todas las denuncias se comunican al equipo directivo responsable de investigar las cuestiones planteadas. A continuación se lleva a cabo una investigación exhaustiva y se acuerdan las medidas correctivas necesarias.

Animamos a denunciar dichas prácticas a todos los colaboradores que trabajan en cualquiera de los negocios de Primark, en cualquier país y en cualquier puesto. Este incluye a colaboradores de todos los niveles, ya sean administradores, directores, trabajadores a tiempo parcial, con contrato fijo, eventuales, de agencias, en comisión de servicios o voluntarios. Cuando así se requiera, también animamos a terceras partes asociadas con Primark a denunciar malas praxis, lo que incluye a accionistas, proveedores, agentes, contratistas, consultores externos, representantes de terceros, socios comerciales y patrocinadores.

Esperamos que nuestros colaboradores se sientan capaces de denunciar irregularidades internamente y solemos aconsejar a nuestros gestores sobre cómo tratar estos temas discretamente y adecuadamente. Asimismo, contamos con un mecanismo anónimo y confidencial para denunciar

irregularidades (el sistema Speak Up).

Nuestra política establece que no toleraremos la victimización de nadie que plantee una preocupación genuina y garantizaremos que esa persona reciba apoyo y protección frente a repercusiones negativas, represalias o perjuicios. Las preocupaciones pueden comunicarse verbalmente o por escrito y hemos establecido líneas telefónicas y direcciones de correo electrónico específicas para apoyar nuestra política de denuncia Speak Up, además de contar con empleados dedicados al sistema Speak Up tanto en Primark como en ABF. Puede consultar más información en nuestro sitio web.

Blanqueo de capitales

Como en el caso anterior, con la lucha contra el soborno y la corrupción y la denuncia de irregularidades, el Comité de Auditoría de ABF, en nombre de Primark, supervisa la identificación del blanqueo de capitales. Puede consultar la política en este [enlace](#).

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

En el ejercicio fiscal 2023/2024, la suma de las aportaciones ascendió a 180.000 €. De esta cifra, 180.000 fueron donados a la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer). Durante el ejercicio fiscal 2022/2023, Primark Tiendas aportó una cantidad total de 34.888 euros, de los cuales 30.000 euros se donaron a la AECC y 4.888 euros de existencias se donaron a Cruz Roja Española para colaborar con la ayuda humanitaria tras los incendios de Tenerife.

V. Respeto de los derechos humanos

Debida diligencia

Primark Tiendas sigue los procedimientos de diligencia debida del grupo Primark en su conjunto.

Regularmente llevamos a cabo las diligencias debidas para identificar riesgos relacionados con los derechos humanos en todo nuestro negocio, incluyendo el riesgo de la esclavitud moderna. Lo hacemos de acuerdo con nuestra [Política de Derechos Humanos](#) en la Cadena de Suministro y nuestro [Código de Conducta del Proveedor](#), que se basan en los [Principios Rectores de la ONU](#) (UNGP) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Nuestro planteamiento se centra en lo siguiente:

- **Evaluaciones de riesgo por países:** utilizamos informes externos y fuentes de información fiables y de acceso público para elaborar evaluaciones de cada país del que nos abastecemos. Esto incluye un análisis político, económico, social y jurídico, así como un mapa de riesgos. Las evaluaciones examinan tanto el sector de la confección como el del calzado, además de otros sectores e industrias. Esto nos ayuda a comprender el perfil de riesgo de nuestros países de abastecimiento y las causas de los riesgos, así como a identificar a las partes interesadas con las que podemos colaborar a nivel local.
- **Análisis de nuestros propios datos:** nuestros equipos locales supervisan nuestra cadena de suministro para garantizar que se cumplen nuestras normas y políticas en el lugar de trabajo, y para ayudar a prevenir y gestionar los riesgos. Los datos de nuestro programa de auditoría social son fundamentales para ello.
- **Comunicación con las partes interesadas:** las partes interesadas externas son una fuente vital de información y orientación. Nos ayudan a comprender los riesgos en nuestras cadenas de suministro, a identificarlos y a saber qué grupos pueden ser más vulnerables. Las partes interesadas externas también nos ayudan a desarrollar estrategias y enfoques para prevenir o resolver problemas.
- **Consulta a los titulares de derechos y compromiso de los trabajadores:** los trabajadores de la confección tienen derechos claramente definidos, pero a menudo se les excluye del proceso de debida diligencia o se enfrentan a obstáculos para hacer oír sus voces y opiniones. Hemos establecido asociaciones de confianza con las partes interesadas locales y regionales que nos dan una visión actualizada de las necesidades de los trabajadores. Nuestros equipos locales también colaboran regularmente con la dirección y los trabajadores de las fábricas. Esto nos proporciona información valiosa sobre los problemas a los que se enfrentan y el impacto de nuestro trabajo con ellos.

Como parte de nuestro programa de auditoría social, evaluamos los riesgos en consonancia con nuestro Código de Conducta. Las fábricas de nivel uno autorizadas para fabricar nuestros productos son auditadas al menos una vez al año. Como la mayoría de las marcas de ropa, no somos propietarios de las fábricas donde se fabrican nuestros productos, pero estas auditorías comprueban si nuestros proveedores y sus fábricas cumplen los requisitos de nuestro Código de Conducta del Proveedor. En los casos en los que hemos identificado riesgos altos o emergentes para los trabajadores, implementamos actividades adicionales de debida diligencia.

Si tenemos que dejar de trabajar con una fábrica o un proveedor, seguimos aplicando nuestra Política de Derechos Humanos en la Cadena de Suministro y la Lista de Comprobación y Política de Salida Responsable de ACT, respetando todos los pedidos existentes. Este proceso se siguió cuando decidimos dejar de abastecernos en Myanmar en 2022, desde donde se enviaron nuestros últimos pedidos en octubre de 2023. La Iniciativa de Comercio Ético (ETI) destacó nuestro enfoque de esta salida como un ejemplo de buenas prácticas en su informe sobre debida diligencia en materia de derechos humanos en contextos difíciles, publicado en mayo de 2024.

En el apartado VII del presente informe se puede encontrar más información sobre nuestro programa de auditoría social.

Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos

Nuestros empleados

Tal y como se menciona en el apartado IV, Primark tiene una Política de Denuncia de Irregularidades (Speak Up). Esta política ofrece directrices para aquellas personas que necesiten plantear determinadas cuestiones de forma confidencial. Nuestra política está respaldada por una línea de teléfono gratuita anónima, activa las 24 horas del día los 365 días del año, que está disponible para los empleados de todos los países en los que operamos. El servicio ofrece una variedad de canales de información en varios idiomas e incluye números de teléfono gratuitos. Cuando se recibe un informe, se alerta a la alta dirección para que pueda comenzar una investigación y tomar las medidas pertinentes. La naturaleza independiente y confidencial de esta línea directa personalizada ayuda a generar confianza entre quienes desean realizar denuncias. En todos los casos se evalúan las denuncias y se toman las medidas pertinentes cuando es necesario.

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024, se recibieron un total de 17 reclamaciones a través de Speak Up, todas ellas resueltas (29 durante el ejercicio fiscal 2022/2023).

Durante los ejercicios fiscales 2023/2024 y 2022/2023 no se recibieron quejas de violaciones de derechos humanos.

Cadena de suministro de productos

En el marco de nuestro programa de seguimiento de auditorías sociales, las fábricas de nivel uno² autorizadas para fabricar nuestros productos son auditadas al menos una vez al año.³ Como la mayoría de las marcas de ropa, no somos propietarios de las fábricas donde se fabrican nuestros productos, pero estas auditorías comprueban si nuestros proveedores y sus fábricas cumplen los requisitos de nuestro Código de Conducta del Proveedor. Están gestionadas por nuestros equipos de los mercados de abastecimiento, que conocen las normativas locales y están formados para identificar riesgos y trabajar con los proveedores y la dirección de las fábricas para impulsar mejoras en el lugar de trabajo. El programa está dirigido centralmente por la sede central de Primark. Nosotros asumimos el coste total de estas auditorías, realizadas por Primark o un tercero en nuestro nombre, la mayoría de las cuales se realizan sin previo aviso. En 2023 llevamos a cabo 2.536 auditorías, la mayoría de las cuales no se anunciaron.⁴ El número de auditorías realizadas por Primark en 2024 no está disponible en el momento de completar este informe.

Toda fábrica nueva debe someterse a una auditoría social como parte de nuestro proceso de incorporación. No se realizan pedidos hasta que la fábrica ha sido auditada y aprobada. Tras una auditoría, las fábricas proveedoras reciben un plan de acción correctiva (CAP, por sus siglas en inglés) que establece las áreas de mejora. En los casos en los que hemos identificado riesgos altos o emergentes para los trabajadores, implementamos actividades adicionales de debida diligencia. Entre ellas se incluyen muchos de los programas de impacto social que forman parte de nuestros compromisos Primark Cares, como nuestro programa My Life para trabajadores inmigrantes vulnerables en la India.

Seguimos ampliando el alcance de nuestro programa de auditoría social a otras áreas de la cadena de suministro.

Llevamos a cabo la debida diligencia para identificar riesgos en todo nuestro negocio, alineados con las mejores prácticas de la industria. Nuestro enfoque se centra en lo siguiente:

Evaluaciones de riesgo país: utilizamos informes externos y fuentes de información creíbles y disponibles públicamente para elaborar evaluaciones para cada país del que nos abastecemos. Esto incluye análisis políticos, económicos, sociales y legales y mapeo de riesgos.

Las evaluaciones analizan tanto el sector de la confección como el del calzado, además de otros sectores e industrias presentes. Esto nos ayuda a comprender el perfil de riesgo de estos países y las causas de los riesgos, además de identificar las partes interesadas con las que podemos relacionarnos localmente.

2. Las fábricas de nivel uno son las que fabrican productos acabados en nuestra cadena de suministro.

3. El 98% de las fábricas de proveedores de nivel 1 fueron auditadas en el año natural 2023. El 2% de las fábricas no fueron auditadas durante este periodo debido a su desactivación planificada.

4. A 31 de diciembre de 2023

Análisis de nuestros propios datos: Nuestros equipos locales monitorean nuestra cadena de suministro para garantizar que se cumplan nuestros estándares y políticas en el lugar de trabajo y para ayudar a prevenir y gestionar riesgos.

La colaboración directa con los trabajadores es fundamental para respaldar nuestro compromiso con unos lugares de trabajo dignos y seguros. Nuestros equipos locales hablan directamente con los trabajadores durante las auditorías y a través de nuestros programas de impacto social. Esto nos permite comprender mejor y responder a sus necesidades y experiencias en el lugar de trabajo. Los procedimientos de quejas —o mecanismos que permiten a los trabajadores plantear problemas en el lugar de trabajo— son un aspecto importante de los derechos laborales, por lo que forman parte de nuestro Código de Conducta del Proveedor.

Nos comprometemos a poner a disposición de todos los colaboradores y trabajadores de nuestra cadena de suministro unos mecanismos de queja eficaces y accesibles. Esto incluye:

- disponer de mecanismos de queja que permitan las denuncias anónimas.
- esperar que todas las fábricas aprobadas por Primark dispongan de un mecanismo interno de queja eficaz a disposición de sus trabajadores, tal y como se define en los UNGP.
- colaborar con terceros, incluidas las ONG, para implantar mecanismos de queja para todo el sector en los países de aprovisionamiento, así como para apoyar los ya existentes, como Amader Kotha.
- desarrollar y poner en marcha Tell Us, un mecanismo de queja independiente, ampliamente disponible y financiado por Primark, al que podrán acceder todos los trabajadores y las partes interesadas pertinentes de nuestra cadena de suministro. Lanzamos Tell Us en Bangladesh en diciembre de 2023. A finales de agosto de 2024 lo habíamos extendido a otros 21 países, para los proveedores que fabrican bienes destinados y no destinados a la reventa. Tenemos previsto seguir ampliando la formación y la concienciación sobre este mecanismo a todos nuestros centros de aprovisionamiento y venta al por menor para finales de 2025.

También recibimos quejas a través de otros canales, como la sección de atención al cliente de nuestro sitio web, entrevistas confidenciales a los trabajadores durante las auditorías sociales y el contacto directo de los trabajadores con los colaboradores de Primark y nuestras organizaciones asociadas. Cuando se plantean problemas o quejas, tomamos medidas para investigarlos a fondo, protegiendo al mismo tiempo la confidencialidad de quienes plantean la queja y de cualquier otra persona que pueda verse afectada. No toleramos ninguna represalia contra quienes hayan planteado una queja o contra cualquier parte interesada afectada.

1. Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios de la OIT

Primark Tiendas SLU, perteneciente al grupo Primark, es miembro de la ETI, con sede en el Reino Unido, desde 2006. A la luz de nuestro compromiso, su aplicación y nuestros avances, nos comprometemos a seguir colaborando con la ETI para impulsar mejoras de forma continua.

Como miembro de la ETI, nuestro Código de Conducta del Proveedor incorpora el Código Básico de la ETI, que a su vez se basa en las normas de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), un organismo de las Naciones Unidas (ONU). El Código de Conducta de Primark es la columna vertebral de nuestro programa de comercio ético y el estándar por el cual supervisamos las fábricas de los proveedores que hacen productos Primark. El Código de Conducta del Proveedor de Primark se ha traducido a 44 idiomas y está disponible para los proveedores y sus fábricas en toda nuestra cadena de suministro. También es fácilmente accesible desde nuestra página web.

Los proveedores nuevos y existentes, así como sus fábricas, deben comprometerse a cumplir todas las distintas cláusulas establecidas en el Código. Éstas van desde proporcionar unas condiciones de trabajo seguras e higiénicas hasta nuestra prohibición del trabajo forzado y del trabajo infantil. También incluye nuestra expectativa de que cada fábrica mantenga las licencias y requisitos legales pertinentes. El Código se actualizó por última vez en 2023.

Para formar parte de la lista aprobada de Primark, las fábricas deben someterse a las normas reconocidas internacionalmente que recoge el Código de Conducta de Primark. Asimismo, un equipo de más de 130 especialistas en sostenibilidad ética y medioambiental, que se encuentran en los principales países de abastecimiento, supervisa el cumplimiento del Código, auditando las fábricas al menos una vez al año.

VI. Personal

Enfoque de gestión

Políticas de gestión de personal

El activo más importante de Primark son sus empleados, por lo que hemos desarrollado diferentes iniciativas encaminadas a mejorar su bienestar.

En aquellos puestos en los que es factible el teletrabajo se ha aplicado este sistema, habiendo contado con esta posibilidad el colectivo de Store Managers y People & Culture Managers cuando las tiendas han estado cerradas, así como los empleados de oficinas regionales desde marzo de 2020. Asimismo, hemos continuado adoptando medidas flexibles de conciliación de la vida laboral y familiar para los empleados de nuestras tiendas.

Una de las iniciativas que lleva implantada desde hace años en la compañía es el Programa de Apoyo al Empleado.

Programa de Apoyo al Empleado

Se lanzó internacionalmente en Primark un programa de ayuda al empleado. Este programa ofrece servicios de asesoría para el empleado y su familia con el fin de ayudarles a resolver posibles problemas legales o financieros. Se trata de un programa confidencial y gratuito.

Tipos de servicios/asistencia

1. Asesoramiento en salud del comportamiento

Cuatro sesiones presenciales o telefónicas por tema y edad para tratar asuntos como:

- Relaciones laborales y personales
- Estrés, ansiedad y depresión
- Duelo y pérdida
- Consumo de drogas
- Niños en edad escolar
- Cuidado de padres ancianos

2. Servicios jurídicos

Asistencia telefónica confidencial con expertos en temas jurídicos para tratar asuntos como:

- Problemas familiares
- Preocupaciones por la propiedad
- Asuntos delictivos

3. Servicios financieros

Asistencia telefónica confidencial con expertos financieros para tratar asuntos como:

- Presupuestos
- Deudas
- Administración de dinero

4. Conciliación de vida familiar y laboral

Consulte los detalles en el apartado de organización del trabajo de esta sección.

1. **Política antifraude y política de denuncia de prácticas ilegales**

Primark considera el fraude, o el intento de fraude, contra los negocios de la compañía una falta laboral muy grave y así está tipificada en el régimen sancionador. Nuestra política al respecto es:

- Tomar todas las medidas necesarias, incluyendo poner en práctica la Política de Denuncia de Prácticas Ilegales del Grupo para impedir el fraude.
- Mantener los procedimientos necesarios para prevenir y detener el fraude.
- Animar a los empleados a informar inmediatamente al Line Manager, a un colaborador que ocupe un cargo superior, al People & Culture (P&C) Business Partner o al Legal Director de cualquier sospecha de fraude.

Con “denuncias de prácticas ilegales” nos referimos a aquellas ocasiones en las que un empleado plantea la existencia de una mala conducta o una práctica ilegal dentro de una organización u organización asociada. La política de Primark al respecto es actuar dentro de las leyes y regulaciones del país en cuestión. Asimismo, se espera la cooperación de todos los empleados mediante la adhesión a las leyes, regulaciones, políticas y procedimientos establecidos.

Primark se compromete a mantener una cultura abierta, con los más altos estándares de honestidad y responsabilidad; una cultura en la cual los empleados pueden informar de cualquier preocupación de manera confidencial. Primark considera una falta muy grave cualquier tipo de negligencia, por lo que ha introducido este documento informativo para esbozar cuál es el procedimiento a seguir y cuáles son las pautas mediante las cuales los empleados pueden plantear su preocupación por cualquier tipo de negligencia en fase temprana y de manera apropiada.

En todo caso, cuando dicho asunto esté relacionado con el incumplimiento de la ley o de las regulaciones, con una mala conducta grave por parte de un tercero, con asuntos concernientes a la seguridad e higiene o con negligencias financieras, puede resultar más complicado saber cómo proceder. Aquellos individuos que crean, con razonable firmeza, que se está produciendo una negligencia, tienen la responsabilidad de darlo a conocer, con la seguridad de que recibirán el apoyo de la compañía.

Primark ofrece protección a cualquier empleado que crea, con honesta y razonable firmeza, que se están produciendo negligencias o infracciones. Primark se compromete a acatar cualquier ley aplicable concerniente a la prohibición de represalias contra cualquier persona que, actuando de buena fe, denuncie la existencia de prácticas ilegales.

El alto compromiso de Primark con esta política significa que cualquier empleado puede plantear la ocurrencia de una negligencia y estar seguro de que será ayudado y protegido ante posibles repercusiones. Siempre y cuando el empleado actúe de buena fe y crea con razonable firmeza que se está produciendo una negligencia, no tendrá mayor relevancia si finalmente se demuestra que dicha negligencia era incierta.

Primark no tolera que se victimice a nadie que haya denunciado un asunto de forma justificada, y cualquiera que actúe de este modo será sometido a acción disciplinaria. El empleado podrá decidir si prefiere plantear el incidente de forma confidencial. Por lo tanto, si un empleado pidiera que su identidad se mantuviera en secreto, la compañía haría en todo momento todo lo posible por asegurar que así fuera. Sin embargo, en algunos casos, por ejemplo, si se llevara a cabo una investigación judicial, podría ser necesario requerir al empleado su participación como testigo. Si esto ocurriera, el P&C Manager debería informar al empleado lo antes posible.

Si un empleado plantea un asunto amparado por esta política, se le interrogará sobre el resultado que espera obtener. En ese sentido, el empleado también tendrá una responsabilidad. Es una falta disciplinaria plantear una alegación maliciosa. Si la persona que lleva a cabo la declaración está envuelta en una acción negligente, su declaración no lo protegerá de sufrir acciones disciplinarias, cuando sea apropiado, sino que por el contrario la declaración se tendrá en cuenta a la hora de establecer la penalización.

Cualquier alegación deliberadamente falsa o maliciosa se considerará una falta grave, aplicándose en consecuencia las acciones disciplinarias oportunas. En caso de que un empleado haya actuado de forma maliciosa, la protección anteriormente mencionada no será aplicable.

El propósito principal de esta política es dar a los empleados la oportunidad y la protección necesarias para plantear internamente cualquier asunto que les preocupe. En la mayoría de los casos, plantear estas cuestiones internamente es el método de acción más apropiado.

Política de desconexión digital

Por lo que se refiere a la política de desconexión digital, se sigue aplicando la política establecida por la compañía y acordada con los sindicatos desde septiembre de 2019, y anteriormente Primark Tiendas venía promoviendo prácticas tendentes a favorecer la conexión digital, tales como haber dado instrucciones a los managers de los distintos centros de trabajo de no ponerse en contacto con los empleados fuera de sus horarios laborales innecesariamente.

Asimismo, se promueve un uso eficiente y racional del correo electrónico y el teléfono corporativo mediante la difusión, por parte de la Dirección, de recomendaciones que eviten un uso excesivo o innecesario de ambas herramientas tecnológicas.

Esta política reconoce el derecho de todas las personas trabajadoras, incluido el personal directivo, a no responder correos electrónicos, llamadas ni mensajes profesionales fuera de sus horarios de trabajo ni durante los periodos de descanso, permisos, licencias o vacaciones, salvo

causa de fuerza mayor o circunstancias excepcionales. Así, el trabajador dispone de un derecho a la desconexión, excepto en caso de circunstancias excepcionales producidas por la urgencia y por la importancia de los temas tratados.

Durante los periodos de vacaciones se deberán cumplir las consignas previstas en la política de turnos y la determinación de personal de “backup” para cada puesto, redirigiendo las comunicaciones a otros contactos disponibles dentro de la empresa, de modo que la actividad de la compañía pueda seguir desarrollándose sin interrupción ni contingencia alguna en ausencia de la persona trabajadora.

Política de herramientas informáticas

Aquellos empleados que utilizan herramientas informáticas proporcionadas por la compañía deben regirse por la política establecida al efecto. El objetivo de esta política es garantizar la seguridad de la información y el uso adecuado y racional de estas herramientas.

Política de uniformes

Los empleados que prestan servicios en las tiendas de la compañía deben adecuar su vestimenta a las reglas de uniformes establecidas. Se ha considerado necesario el establecimiento de estas reglas debido a la imagen pública de la marca que los empleados deben preservar en su tiempo de trabajo.

La compañía proporciona camisetas y forros polares a los dependientes como parte de su uniforme. Los managers y supervisores se rigen por unas normas distintas, debiendo llevar un atuendo más formal. De forma anual se abona en la nómina de cada empleado una cantidad en concepto de ayuda económica para que puedan adquirir sus uniformes.

Política de protección de datos de carácter personal

La compañía ha elaborado una política de protección de datos para garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas, tanto por la Ley de Protección de Datos Personales y garantía de derechos digitales como por el Reglamento UE 2016/679. A tal efecto, y entre otras medidas, se ha establecido una política de conservación de documentos que debe ser cumplida especialmente por parte de los empleados de Recursos Humanos que manejan expedientes de personal. Con esta política se persigue la finalidad de destruir la documentación que contenga datos de carácter personal una vez que ya no resulte necesario conservar los referidos datos.

Política de movilidad geográfica

Esta política recoge las condiciones aplicables a los traslados de managers y supervisores. En la misma se recogen las condiciones y las compensaciones que corresponden en cada caso.

Acciones de compromiso

Como parte de una iniciativa global, Primark Tiendas suele realizar una encuesta para medir el compromiso y la satisfacción de sus empleados. A partir del ejercicio 2023/2024, se realizan encuestas cada 6 meses para medir el compromiso y la satisfacción de los empleados. De acuerdo con esto, se han realizado tres encuestas desde entonces: Marzo-abril de 2023 (5.802 colaboradores, 69% de participación), septiembre de 2023 (6.917 colaboradores, 71% de participación), marzo de 2024 (6.886 colaboradores, 72% de participación).

El número de colaboradores que han participado en las encuestas de Primark Tiendas ha aumentado, aunque los resultados con respecto a su compromiso han disminuido ligeramente (7,2 en marzo de 2024 frente a 7,5 en septiembre de 2023).

Posteriormente a la realización de la encuesta se han analizado los resultados y, a través de la coordinación de un equipo de personas de cada una de las diferentes áreas, se han establecido planes de acción tanto a nivel nacional como por tiendas/áreas con el objetivo de mejorar los aspectos con una valoración más baja. Se ha hecho un seguimiento de dichos planes a lo largo de todo el ejercicio fiscal, con el objetivo de ajustar y valorar el impacto de las acciones establecidas.

Desde Primark se potencian distintas medidas para facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral, haciendo especial incidencia en la corresponsabilidad. El Plan de Igualdad de Género de Primark recoge medidas dirigidas a facilitar la consecución de la conciliación, así como el IV Convenio Colectivo de Primark Tiendas, que recoge medidas en materia de descansos y distribución del tiempo de trabajo. En este sentido, se ha limitado el número de domingos y festivos laborables, estableciéndose un límite del 50% para el ejercicio fiscal 2023/2024 (60% para el ejercicio fiscal 2022/2023) (artículo 20.II.4 del convenio colectivo). El límite del 50% es efectivo a partir de enero de 2024.

Con la aprobación de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de derechos digitales, Primark Tiendas ha desarrollado el compromiso que ya tenía mediante procedimientos internos de evitar grupos de WhatsApp como medio de comunicación con los colaboradores, todo ello con objeto de promover una política interna que garantice a todos sus empleados el derecho a la desconexión laboral en el ámbito digital, garantizando el respeto del tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como de su intimidad personal y familiar.

Política de selección y desarrollo profesional

Al igual que en los ejercicios fiscales anteriores, un punto clave de atención para Primark durante 2023/2024 ha sido la identificación, captación y selección de perfiles de dependiente para sus tiendas, dando prioridad a la promoción interna de profesionales para los puestos de Especialista y Manager. Otro punto de atención clave ha sido la implementación del proyecto OD, que permitía a los 127 supervisores de la compañía ascender al puesto de Jefe de equipo mediante una evaluación interna. Las nuevas incorporaciones a la empresa se han producido gracias a acciones de posicionamiento de marca a través de la participación en diferentes puestos de

trabajo, en colaboración con centros de estudios universitarios y centros de empleo.

El establecimiento de procedimientos estandarizados de selección de objetivos, basados en las competencias y conocimientos y teniendo en cuenta la perspectiva de género, así como la Guía de Selección y Uso de Lenguaje no Sexista, garantiza la igualdad de oportunidades por razón de sexo, religión, raza o edad, como campos diferenciales de los candidatos, para evitar discriminaciones en la selección. Estos procedimientos estandarizados no solo existen para determinar los criterios de ingreso en la compañía sino también para el desarrollo de la carrera profesional de los empleados, aplicándose así para las situaciones de promoción interna, movilidad geográfica y movilidad funcional.

A nivel interno, se potencia un modelo de promoción interna que pone en el centro del proceso al empleado como protagonista de su carrera, ofreciéndosele la oportunidad de apoyar las nuevas aperturas (*bolster*) como experiencia de desarrollo profesional. Tenemos implantada una política de transparencia de todas las vacantes de la compañía, para todos los puestos y en todo el territorio nacional, garantizando en los procedimientos de publicación de ofertas de empleo (tanto internas como externas), los principios de publicidad y acceso a todos los empleados de la compañía (plataforma Primark My Job), la igualdad de oportunidades, así como la preferencia de los empleados internos cuando dos candidatos se encuentren en las mismas condiciones de idoneidad y opten a ocupar una vacante. Además, conocerán su avance en los distintos procesos de selección en los que participen y recibirán feedback de sus candidaturas. Los procedimientos establecidos responden a una política basada en la transparencia, la confianza, la capacidad del empleado y la potenciación de su desarrollo profesional.

2. Empleo

A continuación, mostramos los datos, al cierre del ejercicio fiscal, del total de empleados en FTE (equivalente a tiempo completo), desglosado por sexo, edad y categoría profesional. Los datos a 31 de agosto de 2024 muestran un total de 10.844 empleados en plantilla (7.249 FTE a 31 de agosto de 2024). Los datos a 31 de agosto de 2023 muestran un total de 10.158 empleados en plantilla (6.800 FTE a 31 de agosto de 2023). El aumento del número de empleados es consecuencia de la apertura de nuevas tiendas.

La plantilla de Primark está compuesta mayoritariamente por mujeres en todos y cada uno de los grupos profesionales existentes en la compañía, suponiendo estas un 82,22% de la plantilla (82,22% durante el ejercicio fiscal 2023/24), tal y como se refleja en el siguiente cuadro:

A cierre del ejercicio fiscal 2023/2024, los resultados fueron:

Empleados por sexo	H	1.289
	M	5.960
	Total	7.249

Empleados por edad	< 30	2.857
	30-40	2.324
	Mas de 40	2.068
	Total	7.249

Empleados por categoría profesional	Grupo 0	2.066
	Grupo 1	3.742
	Grupo 2	472
	Grupo 3	969
	Total	7.249*

A cierre del ejercicio fiscal 2022/2023, los resultados fueron:

Empleados por sexo	H	1.200
	M	5.600
	Total	6.800

Empleados por edad	< 30	2.682
	30-40	2.308
	Mas de 40	1.810
	Total	6.800

Empleados por categoría profesional	Grupo 0	2.240
	Grupo 1	3.363
	Grupo 2	527
	Grupo 3	670
	Total	6.800*

Los grupos 0, 1 y 2 perciben salarios según convenio, y el grupo 3 percibe salarios estandarizados por puestos, garantizando la igualdad retributiva entre hombres y mujeres.

En Primark tenemos estudiantes o personas que quieren compaginar su trabajo con su vida personal y la empresa les ofrece contratos a tiempo parcial. Los datos de la plantilla media se desglosan por género, edad y categoría profesional

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024, los resultados fueron:

Por tipo de contrato (media anual)	Género														
	Contrato indefinido			Contrato temporal			Contrato a tiempo parcial			Total					
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total						
	1.102	5.182	6.284	147	627	774	696	4.682	5.379	7.058					
	Edad														
	Contrato indefinido			Contrato temporal			Contrato a tiempo parcial			Total					
	< 30	30-40	> 40	Total	< 30	30-40	> 40	Total	< 30	30-40	> 40	Total			
	2.140	2.248	1.896	6.284	589	110	75	774	2.348	1.626	1.405	5.379	7.058		
	Categoría profesional														
	Contrato indefinido			Contrato temporal			Contrato a tiempo parcial			Total					
Grupo 0	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Total	Grupo 0	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Total	Grupo 0	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Total	
1.469	3.546	452	817	6.284	573	70	31	100	774	1.995	3.140	169	75	5.379	7.058*

Durante el ejercicio fiscal 2022/2023, los resultados fueron:

Por tipo de contrato (media anual)	Género														
	Contrato indefinido			Contrato temporal			Contrato a tiempo parcial			Total					
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total						
	1.049	4.709	5.758	139	662	801	650	4.256	4.906	6.559					
	Edad														
	Contrato indefinido			Contrato temporal			Contrato a tiempo parcial			Total					
	< 30	30-40	> 40	Total	< 30	30-40	> 40	Total	< 30	30-40	> 40	Total			
	1.894	2.232	1.632	5.758	600	122	79	801	2.120	1.594	1.192	4.906	6.559		
	Categoría profesional														
	Contrato indefinido			Contrato temporal			Contrato a tiempo parcial			Total					
Grupo 0	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Total	Grupo 0	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Total	Grupo 0	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Total	
1.565	3.028	535	630	5.758	648	83	39	31	801	2.126	2.612	100	68	4.906	6.559*

Además del promedio por tipo de contrato mostrado arriba, a cierre del ejercicio, el total de empleados tanto masculino como femenino por tipo de contrato muestra que el 89% de los empleados contratados por Primark Tiendas son indefinidos (89% durante el ejercicio fiscal 2022/2023).

* La diferencia de las cifras anteriores se debe a que el cuadro "Al cierre del ejercicio" muestra los ETC a 31 de agosto, mientras que el cuadro "Durante el ejercicio" muestra la media de ETC durante el ejercicio.

A cierre del ejercicio fiscal 2023/2024, los resultados fueron:

Contrato indefinido	6.434
Contrato temporal	815
Contrato a tiempo parcial	5.529
Total	7.249

A cierre del ejercicio fiscal 2022/2023, los resultados son:

Contrato indefinido	6.058
Contrato temporal	742
Contrato a tiempo parcial	5.196
Total	6.800

Por lo que respecta a la brecha salarial, éste es el indicador más representativo en términos metodológicos para analizar las diferencias salariales de género. De acuerdo con los reglamentos sobre igualdad entre hombres y mujeres, consideramos que hay una brecha salarial que alcanza el 25% entre hombres y mujeres.

La valoración analítica de los puestos de trabajo determina que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en cuanto al salario en ninguno de los puestos. Primark garantiza la objetividad en los criterios de la estructura salarial, centrándose en las competencias del empleado. Los grupos 0, 1 y 2 perciben salarios según convenio, y el grupo 3 percibe salarios estandarizados por puestos, garantizando la igualdad retributiva entre hombres y mujeres. A continuación, se muestran las tablas de remuneraciones medias por grupo profesional y por edad, agrupando esta última del grupo 0 al 2 y al 3 por lo expuesto anteriormente:

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024, los resultados fueron:

Remuneración anual media (€)	H	M	Total	Brecha salarial
Grupo 0	16.403,01	16.402,38	16.402,46	0%
Grupo 1	19.148,79	19.293,97	19.275,04	-1%
Grupo 2	22.162,99	22.086,75	22.099,03	0%
Grupo 3	42.624,00	35.937,33	38.488,28	16%
Total	23.344,69	19.505,74	20.124,40	16%

Remuneración anual media por edad	Grupo 0-2				Grupo 0-3				Total
	H	M	Total	Brecha salarial	H	M	Total	Brecha salarial	
< 30	17.646,23	17.527,55	17.547,80	1%	27.490,27	27.859,34	27.682,32	-1%	17.931,87
30-40	19.102,00	18.883,38	18.914,30	1%	35.806,72	33.623,81	34.339,33	6%	20.785,14
> 40	19.365,98	19.207,18	19.218,86	1%	55.739,32	42.978,46	48.388,74	23%	23.034,25
Total	18.307,57	18.371,33	18.362,30	0%	42.624,00	35.937,33	38.488,28	16%	20.124,40

Durante el ejercicio fiscal 2022/2023, los resultados fueron:

Remuneración media anual (€)	H	M	Total	Brecha salarial
Grupo 0	15.375,93	15.373,78	15.286,87	0%
Grupo 1	17.845,48	18.007,45	17.883,94	-1%
Grupo 2	20.414,23	20.548,77	20.390,78	-1%
Grupo 3	45.023,48	37.904,81	40.678,17	16%
Total	21.735,12	18.077,76	18.593,05	17%

Remuneración anual media por edad	Grupo 0-2				Grupo 0-3				Total
	H	M	Total	Brecha salarial	H	M	Total	Brecha salarial	
< 30	16.352,42	16.132,78	16.172,91	1%	28.863,98	29.057,54	28.991,08	-1%	16.414,97
30-40	17.906,96	17.545,18	17.598,27	2%	37.115,37	35.450,26	36.035,15	4%	19.293,25
> 40	18.178,49	17.914,02	17.934,66	1%	54.507,56	43.514,08	48.454,17	20%	21.835,49
Total	17.072,47	17.026,66	17.033,37	0%	45.023,48	37.904,81	40.719,28	16%	18.680,32

Se establecen los mismos salarios por puestos o grupos profesionales para hombres y mujeres. Del análisis realizado se concluye, principalmente, que existe paridad salarial entre hombres y mujeres en Primark.

En cuanto al número de empleados con discapacidad, cabe destacar que durante el ejercicio fiscal 2023/2024 Primark Tiendas ha contado con un total de 380 trabajadores. En 2022/2023 tuvimos 334 empleados con discapacidad, superando así ambos años la cuota legal del 2%.

En cuanto a los despidos, Primark es una empresa con un número de despidos muy bajo. Se llevan a cabo despidos disciplinarios en aquellos casos en los que se han cometido faltas graves y cuando no ha habido otra alternativa.

El siguiente cuadro refleja la distribución de los despidos realizados por rango de edad, sexo y grupo profesional:

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024, los resultados fueron:

2023-2024	N.º de despidos												
	Género			Edad				Categoría profesional					Total
	H	M	Total	< 30	30-40	> 40	Total	Grupo 0	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Total	
12	46	58	15	18	25	58	11	5	34	8	58	58	

Durante el ejercicio fiscal 2022/2023, los resultados fueron:

2022-2023	N.º de despidos												
	Género			Edad				Categoría profesional					Total
	H	M	Total	< 30	30-40	> 40	Total	Grupo 0	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Total	
8	24	32	10	11	11	32	6	14	4	8	32	32	

3. Organización del trabajo

En materia de organización del trabajo, el IV Convenio Colectivo de Primark Tiendas regula específicamente el respeto a los límites establecidos por la legislación española en materia de condiciones de trabajo y jornada laboral, mejorando la regulación legal y estableciendo como normativa interna la prohibición de realizar horas extraordinarias y el trabajo de menores.

En esta línea, damos estricto cumplimiento a la legislación nacional, así como a las directrices y recomendaciones fijadas por los convenios de la OIT en materia de condiciones laborales, jornada diaria y semanal, etc.

Desde el inicio de su actividad en España, Primark Tiendas ha garantizado el cumplimiento estricto de la jornada contratada a todos los empleados implementando el sistema de fichaje TIMEPRO en las tiendas de la compañía y garantizando la planificación del tiempo de trabajo de conformidad con las disposiciones del convenio colectivo (1.770 horas anuales, jornada inferior a la establecida por la normativa legal).

También existe una política de programación del tiempo de trabajo que se envía a todos los P&C Managers de los centros de trabajo con el fin de que cumplan íntegramente las limitaciones legales en materia de horas de trabajo, descanso semanal y descanso entre jornadas.

Con el fin de facilitar la actividad de los empleados, Primark cuenta con cantinas en todos sus centros de trabajo, donde pueden desayunar, comer, cenar y descansar en su tiempo de ocio. Durante el ejercicio fiscal 2023/2024 se ha registrado un total de 4.306,18 horas de absentismo (3.778,41 horas durante el Ejercicio Fiscal 2022/2023).

Para los empleados que prestan servicios en las tiendas existen diferentes tipos de contratos y horarios de trabajo que facilitan la conciliación de la vida laboral y familiar. Además, los empleados pueden disfrutar de una reducción de jornada o solicitar una modificación de sus horarios de trabajo para adaptarlos a sus necesidades familiares. Tanto el Convenio Colectivo como el Plan de Igualdad de Género establecen permisos para atender diferentes situaciones, por ejemplo, para llevar a familiares a citas médicas, asistir a tutorías infantiles en el colegio o cuidar de los hijos en caso de enfermedad, entre otros.

4. Salud y seguridad

Medidas establecidas para garantizar la seguridad y salud de los empleados

Primark se compromete a conseguir los más altos estándares en salud, seguridad y bienestar para su personal. Esto incluye garantizar el cumplimiento de las leyes, la reducción de incidentes y una promoción continua de las prácticas de salud y seguridad día a día. Este compromiso se materializa en su estrategia de salud y seguridad: Safe Today, Safe Tomorrow.

Primark establece las metas y objetivos tanto centrales como globales de los indicadores clave de rendimiento (ICR) para llevar a cabo una mejora continua de sus resultados de salud y seguridad. Esto incluye la implementación de un nuevo liderazgo de operaciones y medioambiente, salud y seguridad en las tiendas de todos los mercados. Otras iniciativas clave son: campañas del Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo, encuestas y webinars para promover el compromiso y reuniones donde los colaboradores pueden plantear sus inquietudes.

Conforme a la Política de Salud, Seguridad y Bienestar, el personal no debe volver a casa en peor situación que cuando llegó a trabajar. Nada de lo que hacemos es más importante que la salud, la seguridad y el bienestar de los miles de personas que vienen a trabajar con nosotros o que entran en contacto con nuestras empresas en todo el mundo cada día.

Nuestro punto de partida es que debemos comprender los riesgos que existen para la seguridad y que existen controles eficaces para reducir a un nivel aceptable dichos riesgos para todos los empleados, contratistas y visitantes de las instalaciones. Nos esforzamos por crear y mantener una cultura en la que todo el mundo que trabaja con nosotros se haga responsable de su propia salud, seguridad y bienestar; se sienta responsable de la salud, seguridad y bienestar de sus compañeros de trabajo, y se sienta seguro a la hora de plantear a sus superiores cuestiones de

salud, seguridad y bienestar, incluyendo problemas de salud mental, con la certeza de que se les tratará adecuadamente.

La forma de alcanzar nuestro objetivo en materia de salud y seguridad se expone en nuestra Política de Salud y Seguridad. Este documento también está disponible en los tableros de salud y seguridad de las tiendas.

Primark busca proporcionar a sus empleados y colaboradores externos un entorno de trabajo seguro y saludable, así como ofrecer a sus clientes y visitantes un espacio comercial seguro en el que puedan comprar y disfrutar de su visita.

En Primark nos comprometemos a:

- Cumplir la legislación vigente en cada uno de los países en los que desarrollamos nuestra actividad comercial.
- Implementar y cumplir directrices de buenas prácticas y buscar la mejora continua en materia de gestión de la seguridad y la salud.
- Dotar de instalaciones y medidas de bienestar adecuadas a nuestros empleados y clientes.
- Intentar evitar la ocurrencia de accidentes e incidentes peligrosos.

Para lograr estos objetivos, nos comprometemos a:

- Proporcionar los recursos, formación e información necesarios para que nuestros empleados estén informados y se realicen las consultas pertinentes en relación con todos los aspectos que afectan a su salud, seguridad y bienestar.
- Asegurarnos de que nuestros empleados realizan sus funciones de manera competente, segura y con confianza.
- Desarrollar y realizar evaluaciones de riesgos en materia de seguridad y salud con el objetivo de minimizar y gestionar de manera eficaz cualquier riesgo o incidente.
- Asegurar que el entorno de trabajo está diseñado respetando las disposiciones de prevención de riesgos laborales, y realizar un mantenimiento adecuado de nuestras instalaciones y equipos para desarrollar nuestra actividad comercial de manera segura.
- Hacer un seguimiento constante de nuestro desempeño en materia de salud y seguridad para garantizar la eficacia de las medidas y enfoques adoptados.
- Garantizar la competencia y el cumplimiento de la legislación vigente y de las normativas y directrices corporativas por parte de las empresas externas que presten servicios en las instalaciones de la compañía.

La responsabilidad del cumplimiento de estos compromisos viene definida en nuestra Política de Seguridad y Salud y apreciamos contar con el compromiso y colaboración de todos nuestros empleados para fomentar y lograr un entorno de trabajo sano y seguro.

Nuestro desempeño en materia de seguridad y salud se presenta periódicamente a la Dirección

de la Compañía para su revisión.

Programa de Asistencia al Empleado (PAE)

Se hace necesario dar respuesta a las necesidades de los trabajadores durante la fase de reincorporación al trabajo para preservar no solo su seguridad física sino también su salud mental.

El PAE ofrece asesoramiento, consultoría jurídica y financiera, y servicios de intervención en caso de crisis. Se trata de un programa gratuito para las personas trabajadoras y no se proporciona en ningún momento información a la compañía sobre la participación de los trabajadores en el programa.

Empresas externas y terceros

Todos los contratistas que desarrollen cualquier servicio en centros de trabajo de Primark deberán proporcionar a sus trabajadores los conocimientos y medios adecuados para desarrollar su actividad en condiciones de seguridad, minimizando así los riesgos de contagio tanto para ellos mismos como para terceras personas en el desarrollo de su actividad propia dentro de las instalaciones de Primark.

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024 el número total de incidentes comunicados por la aseguradora MC Mutual a Primark Tiendas ascendió a 150, siendo 142 el número total de accidentes en mujeres y 8 el total de accidentes en hombres. Los accidentes notificados son solo los que causaron baja laboral. En relación con el número de enfermedades laborales, hay que decir que Primark Tiendas ha tenido un total de 0 enfermedades, en línea con las expectativas de la industria minorista.

2023/2024	N.º de accidentes			N.º de enfermedades laborales		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
	150	142	8	0	0	0
Índice de frecuencia de accidentes			Índice de gravedad de accidentes			
Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	
10,70	12,32	3,30	0,19	0,23	0,039	

Durante el ejercicio fiscal 2022/2023, el número total de incidentes de empleados notificado por MC Mutual a Primark Tiendas ascendió a 137, siendo 117 el número total de accidentes en mujeres y 20 el número total de accidentes en hombres. Los accidentes notificados son solo los que causaron baja laboral. En relación con el número de enfermedades laborales, hay que decir que Primark Tiendas ha tenido un total de 0 enfermedades, en línea con las expectativas de la industria minorista.

2022/2023	N.º de accidentes			N.º de enfermedades laborales		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
	137	117	20	0	0	0
	Índice de frecuencia de accidentes			Índice de gravedad de accidentes		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
	10,46	10,93	8,39	0,17	0,19	0,08

Índice de frecuencia

$$I_f = \frac{\text{Nº Accidentes de trabajo con baja} \times 10^6}{\text{Nº total de horas efectivamente trabajadas}}$$

El número de accidentes laborales se refiere a los ocurridos durante la jornada de trabajo (excluyendo los accidentes *in itinere*, es decir, los ocurridos al trabajador durante el desplazamiento desde su domicilio hasta el lugar de trabajo y viceversa). En el cálculo de horas trabajadas deben incluirse las horas efectivas de trabajo en las que los trabajadores de referencia estuvieron “expuestos al riesgo” de sufrir un accidente de trabajo. De este cómputo se excluyen las horas no trabajadas por permisos, vacaciones, bajas por enfermedad, absentismo, etc. El cálculo de horas trabajadas incluye también las horas extraordinarias. Las horas no trabajadas ocasionadas por accidentes incluidos en el cómputo deben descontarse.

Índice de gravedad

$$I_g = \frac{\text{Nº jornadas no trabajadas por accidente de trabajo} \times 10^3}{\text{Nº total horas efectivamente trabajadas}}$$

Se contabilizan las jornadas perdidas como la diferencia entre los días naturales (sin descontar festivos ni vacaciones en el cómputo) entre la fecha de alta y la de baja. Las jornadas perdidas son una representación de la gravedad del accidente ocurrido en el ejercicio o periodo de referencia.

5. Relaciones sociales

El III Convenio Colectivo resultó de aplicación a un 100% de la plantilla, tenía una vigencia de 4 años y finalizó el 31 de diciembre de 2020. El 7 de abril de 2021 se constituyó la mesa negociadora del IV Convenio Colectivo de Primark que alcanzó un acuerdo para la firma del convenio, publicándose en el BOE el 16 de agosto de 2021, con una vigencia de tres años.

En marzo de 2023 se firmó una modificación del IV Convenio Colectivo para adaptar las condiciones laborales a la Reforma Laboral Española, publicándose esta en el BOE en agosto de 2023 y con vigencia hasta diciembre de 2025.

El convenio colectivo distingue en su artículo 16 cuatro grupos profesionales diferenciados:

- Dependientes: Grupos 0 y 1
- Supervisores: Grupo 2
- Managers: Grupo 3

Los criterios de adscripción a cada uno de los referidos grupos profesionales se contienen en el citado artículo, que establece lo siguiente:

Artículo 16. Clasificación profesional.

Los trabajadores que presten sus servicios en Primark Tiendas incluidos en el ámbito de aplicación del presente Convenio serán clasificados atendiendo a sus competencias profesionales, cualificación y contenido general de la prestación. Los factores de valoración serán los siguientes:

- Conocimientos: la formación básica necesaria para cumplir correctamente sus cometidos, la experiencia adquirida y la dificultad en la adquisición de dichos conocimientos y experiencias.
- Iniciativa: el grado de seguimiento de las normas o directrices para la ejecución de tareas o funciones.
- Autonomía: el grado de dependencia jerárquica en el desempeño de las tareas o funciones que se desarrollen.
- Responsabilidad: el grado de autonomía de actuación del titular de la función, el nivel de influencia en los resultados y la relevancia de la gestión de los recursos humanos, técnicos y productivos.
- Mando: el grado de supervisión y dirección de las funciones y tareas, la capacidad de interrelación, las características del grupo y el número de personas sobre las que se ejerce el mando.
- Complejidad: el número y el grado de integración de los diversos factores antes enumerados en la tarea o puesto encomendado.

Los trabajadores, a la vista de los criterios anteriores, se encuadrarán en uno de los siguientes grupos:

- Grupo 0. Criterios generales: Los trabajos consisten en operaciones realizadas siguiendo un método de trabajo y se ejecutan bajo instrucciones específicas, con un alto grado de dependencia jerárquica y funcional, por lo que no debe ni tiene que tomar decisiones autónomas, a excepción de las sencillas/obvias que exige la realización de cada tarea. El trabajo está totalmente normalizado, los procedimientos son uniformes y existen instrucciones directamente aplicables que solo requieren cierta iniciativa o contribución personal para completar y ajustar las normas al trabajo concreto. La información necesaria para la realización del trabajo es obtenida de forma directa e inmediata.

El puesto no implica ninguna responsabilidad directa ni indirecta en la gestión de recursos humanos, pero exige el conocimiento de las normas de seguridad básicas inherentes a cada

puesto, pudiendo requerir esfuerzo físico.

La finalidad y objetivo del grupo O se refiere a trabajadores que se incorporen a la empresa mediante un contrato de trabajo para iniciarse en las tareas propias de la actividad y adquirir la práctica y conocimientos necesarios para el desarrollo pleno de las funciones de forma previa a su incorporación al grupo profesional 1. En virtud de lo señalado, el tiempo máximo de permanencia en este grupo será de 18 meses de trabajo efectivo, tiempo durante el cual el trabajador adquirirá la práctica necesaria para el desarrollo de sus funciones en la compañía de forma progresiva. Transcurrido este plazo, los empleados ascenderán de forma automática al Grupo 1 del presente Convenio.

A título ilustrativo y no limitativo se indican las siguientes funciones como encuadrables dentro de este grupo profesional: Cajero, Dependiente, Retail Assistant de Almacén, Atención al Cliente, Cash Office, Visual Merchandising (VM).

- Grupo 1. Criterios generales: Los trabajos consisten en operaciones realizadas siguiendo un método de trabajo y se ejecutan bajo instrucciones específicas, con un alto grado de dependencia jerárquica y funcional.

Pueden requerir esfuerzo físico y, en todo caso, es necesario conocer los requerimientos del puesto de trabajo al que van asociadas. Las tareas son las mismas que las realizadas por el grupo O, pero su realización se desarrolla con un mayor margen de autonomía en base a la experiencia adquirida. Las tareas se encuentran normalmente estandarizadas y se realizan bajo instrucciones de carácter general, si bien se requiere cierta aportación personal para adaptar las normas al trabajo bajo nuevas situaciones. A título ilustrativo y no limitativo se indican las siguientes funciones como encuadrables dentro de este grupo profesional: Cajero, Dependiente, Retail Assistant de Almacén, Atención al Cliente, Cash Office, Visual Merchandising.

- Grupo 2. Criterios generales: Realiza trabajos cualificados bajo especificaciones precisas y con cierto grado de autonomía. Puede gestionar el trabajo de un equipo profesional solucionando los problemas que se le planteen. Esta labor de mando y supervisión comprende la ejecución con carácter habitual de aquellas tareas correspondientes a los trabajadores a los que gestiona o puede gestionar.

A título ilustrativo y no limitativo se indican las siguientes funciones como encuadrables dentro de este grupo profesional, sin perjuicio de la movilidad funcional dentro del grupo profesional de conformidad con lo dispuesto en el artículo 39 del Estatuto de los Trabajadores (ET): Supervisor, Supervisor de Cash Office, Supervisor de VM.

- Grupo 3. Criterios generales: Alto grado de autonomía, iniciativa y responsabilidad. Participa en la definición de objetivos concretos a alcanzar en un campo determinado y establece normas, guías y estrategias conforme a los principios de la empresa. Coordina, planifica y dirige las funciones realizadas por los empleados a su cargo y responde de su formación. A estos efectos, el personal encuadrado en este grupo podrá prestar servicios en cualquier centro de trabajo de la empresa en

el ámbito territorial del presente convenio colectivo.

A título ilustrativo y no limitativo se indican las siguientes funciones como encuadrables dentro de este grupo profesional, sin perjuicio de la movilidad funcional dentro del grupo profesional de conformidad con lo dispuesto en el artículo 39 del ET: Manager, Trainee Manager, Department Manager, Senior Department Manager, People and Culture Manager, Assistant Manager y Store Manager.

Primark utiliza diversos medios para garantizar una adecuada comunicación con sus empleados, entre los que cabe destacar los siguientes:

1. Tablones de anuncios en cada centro de trabajo. En ellos se publican las informaciones más relevantes para los empleados del centro, tales como el horario asignado, las vacantes, las comunicaciones para solicitar vacaciones, los cambios de turno, las iniciativas y otras acciones, los recordatorios de algunos procedimientos, etc.
2. Workday. Esta es la herramienta online que se utiliza para que los empleados soliciten sus vacaciones y accedan a la información sobre sus salarios, antigüedad, evaluaciones de desempeño y nóminas. Workday es accesible desde cualquier dispositivo móvil, lo que permite que el empleado pueda acceder a dicha plataforma en cualquier momento y lugar.
3. Teléfono. En caso de que los empleados se encuentren en situación de baja o en caso de que haya que realizar una comunicación urgente se puede recurrir ocasionalmente al contacto telefónico con el empleado.
4. Emergency System. Sistema de envío de información por medio de SMS masivos, y opcionalmente de correos electrónicos, a todos los empleados de Primark Tiendas, implantado en marzo de 2020.

Por otra parte, Primark Tiendas cuenta con comités de empresa en la mayor parte de sus centros de trabajo, a través de los cuales se canaliza también la comunicación colectiva con nuestros empleados. Cuando los asuntos a tratar son de carácter general, esta comunicación es asumida por el Comité Intercentros.

Primark Tiendas cuenta asimismo con una Comisión Mixta para la interpretación del convenio colectivo y de una Comisión de Igualdad para la negociación del Plan de Igualdad de la compañía. La salud laboral es una cuestión de especial trascendencia para nosotros. Por este motivo se dedica el capítulo XI del IV Convenio Colectivo a este asunto, en el que las partes firmantes reconocen que es un objetivo prioritario para la empresa.

En este capítulo se regula la garantía de la vigilancia periódica de la salud, así como el derecho a la participación de los trabajadores en las cuestiones relacionadas con la prevención de riesgos laborales.

6. Formación

El eje fundamental de la gestión de la plantilla de Primark lo constituye el desarrollo y el crecimiento profesional de los empleados. Las acciones para atraer, desarrollar y retener talento son la base para ofrecer un entorno motivador en el que ir creciendo día a día, siendo la formación una herramienta fundamental en esta ecuación.

Para Primark la formación es uno de los pilares esenciales, por eso facilita una formación continua a sus empleados. La mayoría de los centros de trabajo cuentan con su propia sala de formación, en la que se desarrollan las distintas actividades formativas. El objetivo prioritario de la formación de Primark es desarrollar la cultura del aprendizaje continuo necesaria para impulsar la estrategia de transformación y, de acuerdo con el modelo de gestión de personas que posiciona al empleado como el verdadero protagonista de su desarrollo, Primark pone al alcance de todos sus empleados los conocimientos necesarios para el desarrollo de sus funciones.

La formación es impartida a empleados de los distintos grupos profesionales y está dirigida a mejorar la capacitación de los mismos.

Las acciones formativas se organizan por grupos, garantizándose la participación de todas las personas a las que van dirigidas.

El 100% de la formación se realiza en horario laboral, ofreciéndose a la totalidad de la plantilla que se reincorpora de situaciones de suspensión de contrato por cualquier causa, específicamente por maternidad o paternidad, o por bajas de larga duración.

Además de la formación impartida por Primark, la compañía también facilita formación impartida por otras instituciones a los empleados que lo solicitan. A estos efectos, se adaptan las jornadas de los empleados con el fin de que puedan compatibilizar sus estudios oficiales con su jornada laboral.

PROGRAMAS FORMATIVOS 2023/2024

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024 las actividades más destacables en el ámbito de la formación han sido:

1. Formación de iniciación en Primark

Esta formación se imparte a todas las nuevas incorporaciones que se dan en nuestras tiendas españolas. Permite al empleado hacerse una visión general de la compañía, conocer las principales políticas y procedimientos, aprender sobre seguridad y salud en el trabajo y familiarizarse con programas internos en materia de comercio ético, como Primark Cares. A su vez, este programa formativo dota a los empleados de los conocimientos necesarios para entender el funcionamiento general de la tienda, las funciones y responsabilidades de los distintos puestos que existen dentro de la tienda, la experiencia de compra que queremos ofrecer a nuestros

clientes y el funcionamiento de nuestro sistema de cajas para gestionar las diferentes transacciones.

2. Formación para el puesto

Tras realizar la formación de inicio en Primark los nuevos empleados tienen a su disposición un plan de formación adaptado a su puesto dentro de la compañía. Estos planes van desde el puesto de Supervisor hasta el puesto de Store Manager. La metodología consiste en ver cómo funciona el puesto de trabajo durante varias semanas acompañado de otra persona que desempeña el mismo puesto y cuenta con el itinerario formativo a impartir durante el tiempo establecido.

3. Formaciones obligatorias desde el punto de vista legal

Cada año se imparten formaciones en materia de prevención de riesgos laborales, protección de datos de carácter personal y manipulación de alimentos.

4. Formación en procedimientos o herramientas internas de trabajo

4.1. Habilidades técnicas/operacionales

Para determinados puestos de trabajo tenemos desarrolladas formaciones a nivel interno para dotar a los empleados de los conocimientos y las capacidades necesarias a la hora de utilizar las herramientas de trabajo y los procedimientos específicos necesarios en su día a día.

Este año hemos realizado las siguientes formaciones en este ámbito:

Jefes de planta

- Relaciones Laborales para P&C Managers y Jefes de planta
- Resourcing Planning Tool (RPT) para Store Managers, P&C Managers y Assistant Managers
- Salarios y presupuesto para Store Managers y P&C Managers
- Salud y seguridad para Store Managers y P&C Managers
- Sistema People Net para P&C Managers
- Liderazgo básico en tienda para todos los Jefes de planta
- Ciberseguridad
- Prevención de pérdida de inventario

Supervisores

- Programa Retail Supervisor Development (habilidades comerciales y relaciones laborales)
- Prevención de pérdida de inventario

Dependientes

- Visual Merchandising (Power of VM)

4.2 Programa de desarrollo de habilidades sociales

Este año se han ofrecido las siguientes actividades de formación para desarrollar las competencias sociales de nuestros colaboradores:

Jefes de planta y empleados de las oficinas centrales:

- Conversaciones efectivas
- Liderazgo y gestión de los equipos que dirigen nuestras increíbles tiendas
- Programa de autoplanificación y gestión del tiempo
- Análisis y toma de decisiones
- Resiliencia y adaptación al cambio (solo empleados de las OO.CC.)
- Gestión del talento: Evaluación de rendimiento y detección de potencial (solo empleados P&C y OO.CC.)
- Habilidades de Excel (P&C Managers y empleados de OO.CC.)

Supervisores

- Análisis y toma de decisiones (Supervisores de P&C)
- Conversaciones efectivas (Supervisores de P&C)
- Habilidades de Excel (Supervisores de P&C)

- Programa Retail Supervisor Development (comunicación, liderazgo, planificación, organización, formación, etc.)

Dependientes

- Trabajo en equipo y colaboración

Este año hemos introducido un nuevo curso de formación para fomentar la colaboración y el trabajo en equipo en nuestras tiendas. Esta formación la imparte presencialmente nuestro personal interno en todas las tiendas, habiendo sido formado previamente en el contenido.

5. Apertura de nuevas tiendas en el ejercicio fiscal 23/24

Como consecuencia de la apertura de nuevas tiendas en Murcia (Lorca) y Madrid (Vaguada, Alcalá de Henares, Conde de Peñalver y Rivas) se ha desarrollado una importante labor de formación inicial para todos los nuevos empleados de cada tienda.

Asimismo, como parte del programa formativo de nuevas aperturas, los managers y especialistas

de la nueva tienda reciben cursos de formación en relaciones laborales, Visual Merchandising y prevención de riesgos laborales, y participan en una actividad de formación de *teambuilding* en la que se reúnen como equipo y aprenden a ser los mejores líderes posibles para el equipo de la nueva tienda.

La metodología para impartir estas actividades es presencial para la mayoría de las actividades de managers y especialistas, aunque algunas se realizan en un entorno de aula virtual.

Para los nuevos dependientes, el plan de formación dura 4 días. La estrategia este año ha sido ampliar el programa un día para distribuir mejor las horas por día, quedando 3 días en formato de aula virtual (4 horas/día) y 1 día de forma presencial (7 horas), donde conocen nuestro programa Customer Promise.

6. Proyectos corporativos

Este año los principales programas de formación corporativa que se han puesto en marcha han sido:

- **Programa de primeros auxilios en salud mental:** como parte de nuestra estrategia de bienestar, algunos managers seleccionados de las tiendas han recibido formación para prestar primeros auxilios en salud mental a nuestros colaboradores.
- **Introducción a la gestión de tiendas:** nuevos planes de formación globales y corporativos para nuevos jefes de planta (Store Managers, Assistant Managers, Department Managers).
- **Programa de impacto en el liderazgo** para Department Managers: un programa de desarrollo para apoyar a los Department Managers en la transición a su cargo de gestión de personal.
- **Programa de formación en *business partnering*** para ayudar a la comunidad de P&C Managers en su nueva función de asociación comercial dentro de People & Culture.

Este año, el equipo Global L&D ha estado trabajando en el desarrollo de nuevas trayectorias profesionales para acelerar la carrera de nuestros colaboradores dentro de la organización.

Las trayectorias profesionales brindarán a nuestros colaboradores la oportunidad de apuntarse a un programa de formación muy completo donde aprenderán las cuestiones operativas clave para dar un paso adelante en sus funciones, así como para desarrollar sus habilidades sociales, como el liderazgo, la autosuficiencia, la comunicación y el coaching. La implementación de estas nuevas trayectorias profesionales tendrá lugar el próximo ejercicio fiscal (24/25)

7. Plataforma de formación digital

Primark es propietaria de una plataforma de formación digital donde sus empleados pueden acceder a una amplia oferta de cursos digitales.

La plataforma cuenta con canales de formación que incluyen cursos y recursos relacionados con:

- Programas de formación y desarrollo en el lugar de trabajo
- Habilidades y capacidades enfocadas a nuestro marco de competencias
- Desempeño y desarrollo de la carrera profesional
- Sistemas y herramientas informáticas
- Bienestar y salud

Total de horas de formación

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024 se han impartido las siguientes horas de formación:

	Desglose del total de horas de formación	Dependientes (Grupos 0 y 1)	Supervisores (Grupo 2)	Managers (Grupo 3)	Oficina Regional (Grupos 1, 2 y 3)
Horas online	56.987	24.524	13.003	18.292	1.166
Horas presenciales	73.064	49.317	1.241	22.223	282
Total de horas de formación	130.051	73.841	14.244	40.515	1.448

Durante el ejercicio fiscal 2022/2023 se han impartido las siguientes horas de formación:

	Desglose del total de horas de formación	Dependientes (Grupos 0 y 1)	Supervisores (Grupo 2)	Managers (Grupo 3)	Oficina Regional (Grupos 1, 2 y 3)
Horas online	45.011	6.232	13.602	17.535	7.642
Horas presenciales	128.570	80.668	12.637	34.458	807
Total de horas de formación	173.581	86.900	26.239	51.993	8.449

Explicación de la variación: este año no se ha impartido formación inicial a los nuevos supervisores, el número de nuevos dependientes contratados es inferior al del año anterior y el contenido de la formación inicial se ha reducido a 7 horas, frente a las 9 horas del año pasado. El programa de formación Power of VM para dependientes se ha actualizado a una nueva versión de 2 horas, frente a las 7 horas del año pasado. Además, el número de colaboradores a los que se ha impartido formación sobre VM este año ha sido menor.

En cuanto a la cifra de horas de formación en Oficina Regional, la diferencia con respecto al año pasado se debe a que en el ejercicio 22/23 se añadieron por error 5.797 horas de formación online sobre salud y seguridad que en realidad pertenecían al grupo de dependientes.

8. Promoción interna

En Primark Tiendas, todas las vacantes se publican internamente y los empleados tienen la

oportunidad de ascender tras un proceso de validación y participación en evaluaciones. Un ejemplo de promoción es el siguiente programa:

- Got Talent: Programa dirigido a todos aquellos empleados que quieren desarrollar su carrera profesional dentro de la compañía en el área comercial y promocionar a una categoría superior como Trainee Manager (responsable de departamento). Tiene como objetivo captar nuestro talento interno a través de jornadas de evaluación.

Durante el ejercicio 2023/2024 han tenido lugar las siguientes promociones:

Promociones al Grupo Profesional 2 (Especialista): 234

Promociones al Grupo Profesional 3 (Manager): 283, de las cuales son:

a) Promociones a Jefe de equipo: 207

b) Promociones al resto de categorías del Grupo 3: 76

Las promociones al Grupo Profesional 3 representan un total del 32,30% de las promociones internas en este grupo profesional.

Durante el ejercicio 2022/2023 han tenido lugar las siguientes promociones:

Promociones al Grupo Profesional 2 (Supervisor): 46 promociones.

Promociones al Grupo Profesional 3 (Manager): 97 promociones. De las cuales son:

a) Promociones a Jefes de formación: 49 (36 supervisores y 13 dependientes).

b) Promociones al resto de categorías del Grupo 3: 48 personas

Las promociones al Grupo Profesional 3 representan un total del 11,31% de las promociones internas en este grupo profesional.

9. Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

Primark Tiendas, en línea con Primark, tiene implementada una cultura preventiva que empieza a partir del diseño del proyecto de la tienda, abarcando los trabajos de obra, montaje de tiendas, mantenimiento y servicios de venta. Los distintos departamentos trabajan coordinados cumpliendo con la normativa de PRL al más alto nivel, para trabajadores directos, indirectos y clientes.

Desde Primark se diseñan y construyen sus tiendas para respetar y garantizar la total accesibilidad tanto de sus clientes como de sus empleados, dotando a sus tiendas de todos los requisitos de accesibilidad arquitectónica.

Primark trabaja para que en sus tiendas no existan barreras arquitectónicas y para garantizar no solo el acceso y circulación por las tiendas, sino también la provisión de sitios especializados para poder atender y ser atendida cualquier persona, facilitando siempre cajas adaptadas y otros

puntos de atención para personas con diversidad funcional. Además de instalar baños adaptados individualizados, Primark también ofrece un baño para personas de movilidad reducida.

La mayor parte de los centros de Primark en España se encuentran ubicados dentro de centros comerciales y se trata de locales arrendados, por lo que las condiciones de accesibilidad a las tiendas no solo dependen de la compañía sino del propio centro comercial. Dentro de las posibilidades permitidas por cada centro comercial, Primark tiene como prioridad que todos los centros se ajusten a unos requisitos funcionales y dimensionales que garanticen una utilización autónoma para aquellas personas con discapacidad o con algún problema de movilidad.

Primark Tiendas continúa desarrollando su política de inclusión de personas con discapacidad, concretamente a través de su iniciativa People Sense. A modo de introducción, People Sense es un proyecto de sensibilización ante la discapacidad que nace de nuestros valores corporativos, situando a las personas siempre en primer lugar.

Se han realizado contrataciones de personas con distintos grados y tipos de discapacidad. Por otra parte, se ha promovido la inclusión de personas que se comunican mediante el lenguaje de signos mediante su contratación, así como mediante la inclusión en la tarjeta identificativa de empleado de un símbolo que indica que el empleado es capaz de comunicarse en lengua de signos tanto con clientes como con empleados que utilicen este lenguaje.

En ejercicios fiscales anteriores, cada una de las tiendas de Primark Tiendas tenía acuerdos con distintas asociaciones para promover la contratación de personas con discapacidad. Por todas estas iniciativas, Primark Tiendas ha sido galardonada con distintos premios de la Fundación La Caixa, Fundación Aura y Fundación Randstad en 2020 en la categoría de gran empresa.

10. Igualdad

Primark se encuentra comprometida con la creación de entornos de trabajo en los que cada empleado tenga la responsabilidad de tratar con el máximo respeto a los demás empleados, así como a candidatos, proveedores, contratistas y clientes. La compañía mantiene una política de tolerancia cero frente a todo tipo de discriminación y fomenta la igualdad de oportunidades en todos sus departamentos.

La heterogeneidad de la plantilla es una clara muestra de la política de diversidad que se fomenta por parte de la compañía, contando con empleados de distintas nacionalidades, creencias religiosas, razas, edades y géneros.

Este compromiso rige todas las actuaciones en materia de P&C de la compañía, tales como contratación y selección, remuneración, promociones, traslados, desarrollo profesional y formación, despidos y otras medidas disciplinarias, entre otros.

El compromiso de la Dirección con la igualdad y la no discriminación es el motor fundamental para alcanzar la implicación de la plantilla en esta tarea y, conjuntamente, conseguir que el Plan de Igualdad de Género de Primark Tiendas, negociado y firmado con los sindicatos, sea un

instrumento efectivo de mejora del clima laboral y de la optimización de las capacidades y potencialidades de toda la plantilla.

Conseguir la igualdad real supone no solo evitar las discriminaciones por razón de sexo (igualdad de trato), sino también conseguir la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres en el acceso a la empresa, las condiciones de trabajo, la promoción, la formación, la retribución, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, la salud laboral, etc. Primark promueve distintas iniciativas relacionadas con el Día de la Mujer y el Día del Orgullo.

Desde el año 2013, Primark tiene establecidos dos procedimientos de prevención y tratamiento de situaciones de acoso donde los representantes legales de los trabajadores juegan un papel activo, contando igualmente con la implicación directa de todos los empleados y responsables:

- Procedimiento de tratamiento de situaciones de acoso sexual y acoso por razón de sexo en el trabajo (publicado en el BOE el 30 enero de 2013).
- Protocolo de actuación de acoso laboral vigente desde el año 2013.

El 29 de noviembre de 2023, se acordó y firmó con los sindicatos el II Plan de Igualdad de Género, que entró en vigor el 30 de noviembre de 2023.

VII. Sociedad

1. Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

Primark trabaja con muchos proveedores que producen bienes para la empresa. La cifra asciende a 793 fábricas⁵ que emplean a más de 700.000 trabajadores.

Primark, al igual que la mayoría de las marcas de ropa, no es propietaria de las fábricas donde se hacen nuestros productos. Sin embargo, tenemos plena visibilidad de todas las plantas de producción de primer nivel que fabrican los productos de Primark. En 2018, publicamos por primera vez nuestro Mapa de Abastecimiento Global (GSM, por sus siglas en inglés), que muestra las principales plantas de producción que fabrican productos para Primark. Las plantas de producción se incluyen una vez hayan trabajado para nosotros durante más de un año. Incluimos el nombre y la dirección de la fábrica, el número de trabajadores y la división por géneros. El GSM se actualiza con carácter anual y fue actualizado por última vez en noviembre de 2024.

Programa de Auditoría de Primark

De acuerdo con nuestro programa de seguimiento de auditoría social, las fábricas de primer nivel⁶ aprobadas para la fabricación de nuestros productos se auditan como mínimo una vez al año. En estas auditorías se comprueba si nuestros proveedores y sus fábricas cumplen los requisitos de nuestro [Código de Conducta del Proveedor](#). Son dirigidas por nuestros equipos de los mercados de abastecimiento, que conocen las normativas locales y están formados para identificar riesgos y trabajar con los proveedores y la dirección de las fábricas a fin de impulsar mejoras en el lugar de trabajo. El programa se gestiona de manera centralizada desde la sede central de Primark. Asumimos el coste íntegro de estas auditorías, que son desarrolladas por Primark o por un tercero aprobado en nuestro nombre, y tienen lugar sin previo aviso en su mayoría. A lo largo de 2023, hemos llevado a cabo 2.536 auditorías.⁷

Las nuevas fábricas deben someterse a una auditoría social como parte de nuestro proceso de incorporación. No se efectúan pedidos hasta que la fábrica haya sido auditada y aprobada.

Después de la auditoría, las fábricas proveedoras reciben un plan de acción correctiva que establece las áreas de mejora. Cuando identificamos riesgos elevados o destacados para los trabajadores, implementamos actividades adicionales de debida diligencia. Estas incluyen muchos de los programas de impacto social que quedan englobados en nuestros compromisos Primark Cares, como es el caso de nuestro programa My Life para trabajadores migrantes vulnerables en India. Seguimos ampliando el alcance de nuestro programa de auditoría social para abarcar otras áreas de la cadena de suministro.

Integridad estructural

Los trabajadores que fabrican nuestras prendas tienen derecho a un entorno de trabajo

5. <https://globalsourcingmap.primark.com/>

6. Las fábricas de nivel 1 son centros que fabrican productos acabados en nuestra cadena de suministro.

7. A 31 de diciembre de 2023.

estructuralmente seguro. El Programa de Integridad Estructural de Primark, implantado en 2013, nos ayuda a evaluar la seguridad de los centros de fabricación de nuestros proveedores tomando como referencia las normas internacionales. Examinamos los centros de nivel uno de las fábricas de nuestros proveedores en Bangladés, Pakistán y Camboya, así como los centros de nivel dos de Bangladés y Pakistán, además de facilitar asistencia específica cuando se necesita en otros países de abastecimiento. Puede encontrar más información al respecto [aquí](#). Primark también es firmante del Acuerdo Internacional para la Salud y la Seguridad en la Industria Textil y de la Confección, que actualmente se aplica en Bangladés y Pakistán.

Programas de impacto social

Una parte fundamental de la estrategia de Primark se centra en el desarrollo y la aplicación, en colaboración con expertos locales sobre el terreno, de programas de impacto social para los trabajadores. Sabemos que la asociación con expertos locales es importante si queremos desarrollar programas eficaces contruidos en torno a las necesidades de los trabajadores y que tengan un impacto adecuado. Nuestros programas pretenden ayudar a los trabajadores a conocer sus derechos y a desarrollar sus habilidades en el lugar de trabajo, centrándose en su bienestar físico y mental. En la actualidad, trabajamos con 36 socios externos para dar apoyo a los trabajadores de nuestra cadena de suministro. Publicamos la información sobre nuestros programas de impacto social en nuestro [sitio web](#).

Asociación y compromiso con las partes interesadas

Relaciones con las principales partes interesadas externas: A menudo trabajamos con socios de confianza que nos ayudan a conseguir un mayor impacto en nuestro negocio, cadenas de suministros y comunidades locales. Entre ellos se encuentran socios de diversas organizaciones: grupos de miembros, organizaciones benéficas, ONG locales e internacionales e iniciativas unilaterales y multilaterales. Seguimos las directrices de los Principios Rectores de las Naciones Unidas y la Guía de la OCDE de Debita Diligencia para una Conducta Empresarial Responsable. Asimismo, participamos activamente en iniciativas sectoriales y multilaterales a escala nacional e internacional y somos signatarios de importantes iniciativas del sector que ofrecen orientación y apoyo.

Entorno legislativo cambiante: El compromiso con los responsables políticos es cada vez más importante, dado el aumento de las regulaciones y los cambios en la legislación local en nuestros mercados de abastecimiento. El volumen normativo exigirá cambios en nuestros procesos y sistemas y hará evolucionar la forma en que nosotros y nuestros proveedores nos abastecemos y fabricamos los productos, así como la forma en que se utilizan y desechan nuestros productos cuando salen de nuestras tiendas.

Actualmente estamos en proceso de adaptación para hacer frente a estos cambios. La nueva legislación también exigirá una mayor transparencia en la industria de la moda. Acogemos con satisfacción estos cambios, ya que exigirán que todo el sector se adapte y evolucione. Es fundamental armonizar la nueva legislación en toda la UE para que sea más eficaz a la hora de elevar el nivel de exigencia y crear unas condiciones equitativas para todos. Si se hace bien, la normativa armonizada debería simplificar las cosas para los minoristas y para nuestros clientes y ofrecer grandes oportunidades a nuestro negocio y el sector en general. En este contexto

cambiante, seguimos comprometidos con el cumplimiento de Primark Cares.



Impacto local generado por la apertura/reubicación de tiendas
Durante el ejercicio fiscal 2023/2024:

Apertura de tienda en Lorca (12 de noviembre de 2023)

- Empleo generado (contrataciones externas): 53
- Promociones internas: 8

Apertura de tienda en La Vaguada (22 de febrero de 2024)

- Empleo generado (contrataciones externas): 243
- Promociones internas: 13

Apertura de tienda en Alcalá (22 de abril de 2024)

- Empleo generado (contrataciones externas): 57
- Promociones internas: 6

Apertura de tienda en Conde de Peñalver (23 de mayo de 2024)

- Empleo generado (contrataciones externas): 108
- Promociones internas: 7

Apertura de tienda en Rivas (27 de agosto de 2024)

- Empleo generado (contrataciones externas): 58
- Promociones internas: 10

Ferias de empleo en las que ha participado Primark

FERIA	Lugar	Modalidad	Fecha
1. Feria de Empleo de la UOC	España	Online	15/11/2023
2. Feria de Empleo para Personas con Discapacidad	Madrid	Presencial	15/11/2023
3. Feria de Empleo de Lorca	Lorca	Presencial	08/02/2024
4. Universidad de Valencia	Valencia	Presencial	14/02/2024
5. Feria de Empleo de Marbella	Marbella	Presencial	15/02/2024
6. Feria de Empleo de UNIR	España	Online	20/02/2024
7. IE University	Madrid	Presencial	04/03/2024
8. Universidad Complutense de Madrid	Madrid	Presencial	05/03/2024
9. Feria de Empleo de la Universidad de Navarra	España	Online	06/03/2024
10. Feria de Empleo PalmaActiva	Mallorca	Presencial	11/03/2024
11. Feria de Empleo del Ayuntamiento de Málaga	Málaga	Presencial	12/03/2024
12. Retail Street Talent	Madrid	Presencial	18/03/2024
13. Feria de EAE Business School	Madrid	Presencial	19/03/2024
14. ENAE Future Jobs	Murcia	Presencial	18/04/2024
15. Feria de Empleo de Santander	Santander	Presencial	22/04/2024
16. Fira Ocupació Valencia	Valencia	Presencial	15/05/2024
17. Feria de Empleo de UNIR	España	Online	28/05/2024
18. Feria de Empleo de la ESIC de Granada	Granada	Presencial	12/06/2024

Durante el ejercicio fiscal 2022/2023:

Apertura de tienda en Toledo (24 de abril de 2023)

- Empleo generado (contrataciones externas): 68
- Promociones internas: 12

Apertura de tienda en Lanzarote (22 de junio de 2023)

- Empleo generado (contrataciones externas): 103

- Promociones internas: 10

Tras el ejercicio fiscal:

Apertura de tienda en Melilla (12 de septiembre de 2023)

- Empleo generado (contrataciones externas): 73
- Promociones internas: 3

2. Proveedores de bienes y servicios no destinados a la venta

Primark Tiendas, en línea con el grupo, exige a todos los proveedores que cumplan su Código de Conducta. Cuando se lleva a cabo una licitación de bienes y servicios no destinados a la venta cuyas tarifas propuestas sobrepasan un determinado umbral, nuestros departamentos de Procurement y Legal garantizan que la adherencia a nuestro Código de Conducta se incorpore a los contratos pertinentes, incluida la adherencia a nuestras expectativas sobre igualdad social y de género y otras cuestiones medioambientales.

Como parte de cualquier acuerdo precontractual, los proveedores deben confirmar que las fábricas que utilizarán para producir bienes y servicios (no destinados a la venta) para Primark Tiendas y, por tanto, para el Grupo Primark, han sido auditadas por el proveedor. Además, Primark Tiendas exige que los proveedores se aseguren de que su cadena de suministro cumple el Código de Conducta de Primark.

3. Consumidores

Descripción del valor aportado a los clientes desde el punto de vista de la prestación de servicios o la oferta de bienes y de la relación con ellos:

En Primark contamos con nuestra “Promesa al Cliente” (Primark Customer Promise), que se basa en los principios “EASY, CARING and FUN”:

EASY: “Aunque esté lleno, es sorprendentemente fácil comprar en Primark. Me muevo a mi ritmo por la tienda y el personal, o la misma tienda, siempre están ahí para guiarme rápidamente hacia lo que busco”.

CARING: “El personal siempre está dispuesto a ayudar y es muy amable. Me hacen sentir como en casa y confío en que cuiden de mí”.

FUN: “Mi visita a Primark es lo mejor del día. La tienda ofrece un ambiente auténtico y siempre me marcho feliz con grandes ideas de moda a grandes precios”.

Las herramientas que utilizamos para implementar nuestra Promesa al Cliente en nuestras tiendas son:

Formación inicial en Customer Promise para todos los colaboradores

Una parte de la formación inicial de todos nuestros colaboradores está dedicada en exclusiva a nuestra Promesa al Cliente. La formación Customer Promise engloba todos los aspectos y herramientas al respecto y se imparte de manera teórica, reforzada con ejercicios prácticos.

Actualmente, la duración de esta formación es de 3 horas para todos nuestros colaboradores cuando abrimos una nueva tienda y, en este ejercicio fiscal, como consecuencia de la reducción del contenido de la formación de iniciación en Primark, el programa Customer Promise ha sido revisado y sintetizado. Ahora su duración es de 1 hora para los colaboradores que se incorporen a una tienda ya existente donde nuestra Promesa al Cliente ya esté implementada.

Guías Customer Promise en tienda:

Contamos con 3 guías para aplicar la Promesa al Cliente a todas nuestras tiendas (con la implementación del proyecto In Store Experience algunas guías y procedimientos han variado):

- Guía de Probadores
- Guía de Estándares de Tienda
- Guía de Caja

Plan de acción de promesa al cliente

Siempre estamos trabajando para mejorar nuestra Promesa al Cliente, por lo que todas nuestras tiendas cuentan con un plan de acción donde pueden establecer sus prioridades, posibles retos y resultados, y planificar cómo conseguir los objetivos con los recursos disponibles y un margen temporal adecuado, tanto para objetivos individuales, como por equipos o para todos los colaboradores de la tienda.

Viaje del cliente

Sabemos lo importante que es el “viaje del cliente” por nuestras tiendas y prestamos mucha atención a todas las etapas del mismo a fin de que los estándares de servicio al cliente sean excelentes en todo momento y generen una experiencia fantástica para todos nuestros clientes.



Las guías Customer Promise, la plantilla del plan de acción y la iniciativa Customer Journey, además de haber sido lanzadas e implementadas en todas nuestras tiendas, están disponibles para todas las tiendas en la intranet.

Además de nuestro Customer Promise, en Primark no dejamos de trabajar para ofrecer la mejor experiencia de compra posible y en todas nuestras tiendas contamos con wifi pública gratuita. En algunas tiendas específicas, también tenemos zonas de descanso y de recarga de batería.

Medidas encaminadas a minimizar los riesgos para la salud y seguridad de los consumidores/clientes:

Seguridad y salud del entorno: espacio comercial seguro

El departamento de Environment, Health & Safety de Primark se encarga de este aspecto, que tiene un impacto directo en la minimización de los riesgos para la salud y la seguridad, tanto de los colaboradores como de los clientes.

Declaración de Política de Seguridad y Salud

Este documento recoge el compromiso de Primark de proporcionar a nuestros clientes y visitantes un espacio comercial seguro en el que puedan comprar y disfrutar de su visita.

Inspección general de seguridad diaria, semanal y mensual

En todas nuestras se realizan inspecciones de seguridad para minimizar los riesgos para la salud y seguridad tanto de los colaboradores como de los clientes:

- Inspección diaria de seguridad: entre otros aspectos, se inspecciona el acceso a la tienda, las escaleras mecánicas, las escaleras, el equipamiento, el mobiliario, la limpieza, etc.
- Inspección semanal de seguridad: entre otros aspectos, se inspeccionan los equipos y sistemas de lucha contra incendios, probadores, asientos/zonas de descanso, salidas de emergencia, etc.
- Inspección de seguridad mensual: entre otros aspectos, se inspeccionan los simulacros de evacuación, red de agua, primeros auxilios, gestión de accidentes e incidentes, etc.

Riesgos de salud y seguridad de los productos a la venta

Inmediatamente tras tener conocimiento del riesgo de seguridad o salud, ya sea por detección interna como por una red de alerta de las autoridades de consumo o sanitarias, enviamos a todas nuestras tiendas una instrucción de retirar de la venta todo el stock disponible del producto en cuestión.

Además, enviamos carteles a todas nuestras tiendas, que se colocan en el escaparate durante un periodo mínimo de 30 días, donde informamos a todos los consumidores:

- Del riesgo de seguridad o salud.
- Del proceso de retirada de productos, pidiendo a nuestros clientes que los devuelvan en cualquiera de nuestras tiendas, facilitando siempre el reembolso del importe abonado incluso aunque no presenten el recibo de compra.
- Del período en que los productos estuvieron a la venta en nuestras tiendas.
- De los datos del fabricante y cualquier otra información obligatoria conforme a la legislación vigente.

Cuando la información del riesgo de salud o seguridad de un producto nos llega desde las autoridades de consumo o sanitarias, nos aseguramos de colaborar activamente y facilitar toda la información requerida por las mismas. La protección de los consumidores es un objetivo fundamental y una prioridad clave de nuestro negocio.

Seguridad de productos comestibles

En Primark vendemos productos comestibles (chocolates, gominolas, caramelos y chicles). Para garantizar la seguridad de la venta de estos productos, en Primark contamos con procedimientos operativos de control de fechas de caducidad de productos alimenticios en todas nuestras tiendas.

Accidentes e incidentes de clientes

Protocolo de actuación interna en la tienda, primeros auxilios y aviso a servicios de emergencia en caso necesario. Cuando se produce un accidente o incidente con algún cliente, inmediatamente se aplican primeros auxilios por parte de los miembros del equipo cualificados a tal efecto y, en caso de ser necesario, se avisa a los servicios de emergencia para que acuda una ambulancia a la tienda a la mayor brevedad posible.

Siempre que ocurre un incidente de cualquier tipo en una de nuestras tiendas, se completa un informe llamado “PINS” en el que se detalla el tipo de incidente y se describe el mismo.

Cuando algún cliente tiene un accidente o incidente se completa el informe “PINS” y en el mismo día la tienda en la que ha ocurrido lo envía a una lista de distribución que integran los responsables de las diferentes unidades de negocio en las que pueda tener cualquier impacto el accidente o incidente, pudiendo reaccionar rápido y poner en marcha una investigación en caso de ser necesario.

Reclamaciones de clientes en tienda

Cuando un cliente quiere presentar una reclamación en alguna de nuestras tiendas, siempre es atendido por un manager para tratar de solucionarlo.

Si el cliente decide presentar la reclamación, siempre le facilitamos una hoja de reclamación oficial y el manager se asegura de cumplimentar todos los campos necesarios en la misma y entregar la copia correspondiente al cliente. En todas las tiendas hay un manager designado para realizar un seguimiento cada semana de todas las reclamaciones recibidas y asegurarse de que sean respondidas por carta.

El Store Manager y el manager designado se reúnen una vez a la semana para analizar, evaluar y asegurarse de que todas son respondidas/atendidas.

En el supuesto de que alguna tienda reciba la reclamación desde la O.M.I.C. (Oficina Municipal de Información del Consumidor) u otro organismo oficial relacionado con el consumo, será analizada igualmente por el Store Manager y el manager designado, asegurándose de responder a la misma siempre dentro del plazo establecido. Si la hoja de reclamaciones no establece un plazo de respuesta, nuestro procedimiento interno es responder antes de 10 días hábiles a partir del día siguiente a la recepción de la reclamación.

Cualquier duda sobre resolución de reclamaciones de clientes y/o reclamaciones que proceden de organismos oficiales de consumo se deriva al equipo de Retail Support, de la oficina regional de Iberia, que facilita asesoramiento sobre cómo realizar la respuesta. Una vez resueltas, las reclamaciones son archivadas bajo su correspondiente número de reclamación oficial en una carpeta de reclamaciones de clientes. Todas las semanas, las tiendas envían al equipo de Retail Support, de la oficina regional de Iberia, la siguiente documentación relativa a las reclamaciones recibidas durante la semana anterior:

1. El número total de reclamaciones recibidas y desglose del tipo de reclamaciones con una pequeña descripción a través del formulario online (Formstack).
2. Copia escaneada de todas las reclamaciones recibidas (pdf).
3. Copia escaneada de la carta de respuesta dada a cada una de las reclamaciones firmada por el Store Manager (pdf).

Reclamaciones/consultas de clientes online

Nuestros clientes tienen la posibilidad de contactar con Primark completando un formulario online en nuestra página web, donde pueden seleccionar el motivo de su contacto:

Enlace: <https://www.primark.com/es-es/ayuda/formulario-contacto>

The screenshot shows the contact form on the Primark website. At the top, there is a navigation bar with the Primark logo and a search bar. Below the navigation bar, there are several menu items: MUJER, HOMBRE, NIÑOS Y NIÑAS, BEBÉ, HOGAR, TIENDA DE VACACIONES, COLABORACIONES, and BELLEZA. The main heading of the form is 'Ponte En Contacto Con Nosotros'. Below the heading, there is a short instruction: 'Vas a enviar una consulta al equipo de atención al cliente. Si quieres enviar tu consulta a otro equipo, modifica tu ubicación.' The form consists of several input fields: a dropdown menu for 'Motivo de la consulta' with 'Seleccionar' as the current selection, a text input for 'Nombre', a text input for 'Apellidos', a text input for 'Correo electrónico', and a text input for 'Asunto'.

Motivo del contacto:

- Consulta genérica
- Cambios y devoluciones
- Pregunta sobre un producto
- Consulta acerca de la disponibilidad de un producto
- Problemas con una tienda
- Problemas con un producto
- Guardias de seguridad
- Consulta acerca de una concesión
- Mi cuenta

Este servicio es gestionado por la empresa Concentrix. En Primark contamos con un equipo profesional multilingüe de agentes de atención al cliente (Concentrix) que reciben, gestionan y responden a estos contactos de los clientes. Todos los agentes de atención al cliente están formados en las políticas y procedimientos de Primark.

Si un cliente envía una reclamación a través del formulario de contacto online de nuestra página web, los agentes de atención al cliente la gestionan íntegramente, abriendo las investigaciones que resulten oportunas con los diferentes departamentos de Primark que puedan estar involucrados (calidad, tecnología, compras, legal, etc.) y/o solicitando información detallada a la tienda correspondiente en caso necesario. Son los propios agentes de atención al cliente los que responden a la reclamación o consulta y mantienen el contacto con el cliente por correo electrónico durante la resolución de la reclamación o consulta.

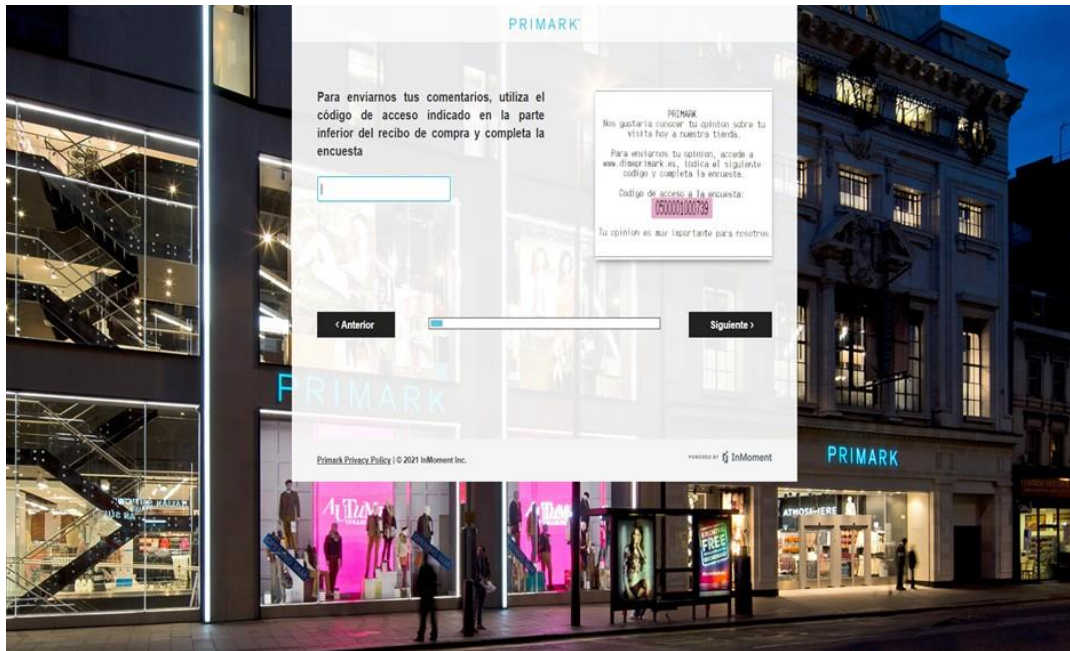
Encuesta de satisfacción de nuestros clientes

En Primark realizamos una encuesta online a nuestros clientes en colaboración con la empresa InMoment.

Con cada recibo de compra que emitimos en nuestras tiendas, se emite un segundo recibo que contiene un código para acceder a la encuesta online de satisfacción del cliente.

El colaborador que procesa el cobro en la caja explica al cliente la posibilidad de completar la encuesta.

La encuesta se realiza en menos de 10 minutos en la página web <http://www.dimeprimark.es/> accediendo con el código de la encuesta que aparece en el recibo emitido junto con el recibo de compra:



La página web contiene información sobre nuestra Política de Privacidad.

La encuesta contiene diferentes bloques de preguntas, principalmente con respuestas con puntuación en escala, y la posibilidad de dejar comentarios.

Semanalmente se generan informes con los resultados de las encuestas de los clientes en cada tienda. Los informes de resultados muestran:

- El número de respuestas a la encuesta.
- La satisfacción general del cliente.
- Las seis medidas clave de satisfacción del cliente para Primark:
 - 1) Ambiente en tienda
 - 2) Facilidad para encontrar los productos
 - 3) Disponibilidad de los empleados
 - 4) Amabilidad de los empleados
 - 5) Experiencia en probadores
 - 6) Experiencia en cajas

Si alguno de los clientes envía comentarios generales positivos, se envían a la tienda como comentario “WOW”, reconociendo el buen trabajo realizado.

Si alguno de los clientes envía comentarios generales negativos, se envían a los agentes de atención al cliente (Concentrix) como “RESCUES”, para que realicen una investigación al respecto y contacten con el cliente para solucionar la incidencia o comentario negativo.

Al comienzo de cada ejercicio fiscal se establecen objetivos para cada tienda en cuanto a la satisfacción general del cliente y las siete medidas clave de satisfacción del cliente.

Número de consultas (quejas y reclamaciones) y resolución de las mismas (tiempo medio de resolución, porcentaje de quejas resueltas en el ejercicio, etc.).

Los resultados de las consultas online del cliente durante el ejercicio fiscal 2023/2024 (total anual) son:

El número total de reclamaciones online ascendió a 32.093, todas ellas resueltas. Debajo puede verse el desglose de reclamaciones en once subapartados. El tiempo de resolución media (SLA) fue de 24,75 h (este tiempo es más alto debido al cambio a Salesforce entre septiembre y diciembre de 2022).

Grupo de casos	Tiempo medio de respuesta	N.º casos resueltos
Atención al cliente en España	24,75 h	32.093

Grupo de casos	Tipo de caso	N.º casos resueltos
Atención al cliente en España	Quejas al servicio de atención al cliente	4.060
	Consultas genéricas al servicio de atención al cliente	8.473
	Consultas online	5.217
	Reclamaciones de productos	2.003
	Consultas sobre productos	9.300
	Disponibilidad de existencias	2.607
	Protección de datos	91
	Quejas de vigilantes de seguridad	224
	Relación con cliente	105
	Producto ético	7
	Ética	3
Recogida en tienda	2	
Servicios en tienda	1	

El aumento del número total de reclamaciones por consultas online puede haberse visto afectado por las denuncias de sitios web españoles falsos, que causaron un aumento significativo de las consultas online. Los aumentos de reclamaciones de otros tipos, como consultas generales, se han debido probablemente a la apertura de nuevas tiendas durante este ejercicio 2023/24 (Centro Comercial La Vaguada - Madrid, Centro Comercial Alcalá Magna - Madrid, Calle Conde de Peñalver - Madrid, Parque Corredor - Torrejón de Ardoz, Centro Comercial H2O - Madrid, Westfield Parkesur de Leganés - Madrid) que han generado un mayor número de contactos.

Todas las comunicaciones son gestionadas en un sistema centralizado llamado Salesforce por los

agentes de Concentrix. Véase la interfaz a continuación:

The screenshot shows the PRIMARK customer service interface. The browser address bar displays `primark.lightning.force.com/lightning/r/Case/500TX000004PBlxYAG/view`. The page header includes the PRIMARK logo and a search bar. The main content area is divided into several sections:

- Case Details:** Shows Case Owner (Beatriz), Status (Closed), Case Sub-Status (Resolved), Case Reason (Customer Service General Enquiry), Tier (Tier 4), and Contact Type (CLICK & COLLECT).
- Contact Details:** Shows Account Name, Name, and Email (all redacted).
- Case 340567-4:** Shows Case Number (00340567), Case Owner (Beatriz), Tier (Tier 4), and Date/Time Opened (29/03/2024, 16:45).
- Feed Details:** Shows Case Details, Case Reason, and Case Sub-Reason. The description reads: "Buen día, consulta: se puede pagar con Paypal en tienda? Gracias!".
- Milestones:** Shows "You completed all the milestones." with a "Show More" link.
- Related Cases (0), Case Comments (0), Chat Transcripts (0):** All sections are empty.
- Approval Details:** Shows "No approval details found."
- Case History (3+):** Shows a list of case history entries with dates and users.

The screenshot shows the PRIMARK customer service interface. The browser address bar displays `primark.lightning.force.com/lightning/r/Case/500TX000005aVD0YAM/view?ws=%2Flightning%2Fr%2FReport%2F00OTX`. The page header includes the PRIMARK logo and a search bar. The main content area is divided into several sections:

- Case Details:** Shows Case Owner (Sergio), Status (Closed), Case Sub-Status (Resolved), Case Reason (Customer Service Complaint), Tier (Tier 3), and Contact Type (CLICK & COLLECT).
- Case 362954-3:** Shows Case Number (00362954), Case Owner (Sergio), and Tier (Tier 3).
- Feed Details:** Shows Case Details, Case Reason, and Case Sub-Reason. The description reads: "Buenas tardes, El día 04-05-24 acudí a su tienda...".

Los resultados de las consultas en tienda del cliente durante el ejercicio fiscal 2023/2024 (total anual) son:

Todas las quejas y reclamaciones han sido resueltas. El número total de quejas en el ejercicio fue de 5.837. Este total se desglosa en 3.581 quejas por cuestiones de personal, entorno, empleados y cajas, y 2.256 quejas por cuestiones de producto, seguridad y accidentes. El tiempo medio de respuesta es inferior a 10 días para todas aquellas que son presentadas en tienda.

Reclamaciones	Asunto	N.º reclamaciones
Excluidos productos, seguridad y accidentes	Personal	427
	Entorno	166
	Reembolsos y cambios	696
	Sobrecargos/cajas/tarjetas de crédito	2.170
	Probadores	65
	Otros	57
		3.581

Reclamaciones	Asunto	N.º reclamaciones
Incluidos productos, seguridad y accidentes	Producto	2.003
	Seguridad	224
	Accidente	29
		2.256

El incremento del número total de reclamaciones en tienda puede deberse a la apertura de nuevas tiendas durante este ejercicio 2023/24 (Centro Comercial La Vaguada - Madrid, Centro Comercial Alcalá Magna - Madrid, Calle Conde de Peñalver - Madrid, Parque Corredor - Torrejón de Ardoz, Centro Comercial H2O - Madrid, Westfield Parkesur Leganés - Madrid).

Los resultados de las consultas online del cliente durante el ejercicio fiscal 2022/2023 (total anual) son:

El número total de reclamaciones online ascendió a 15.578, todas ellas resueltas. Debajo puede verse el desglose de reclamaciones en once subapartados. El tiempo de resolución media (SLA) fue de 36,22 h (este tiempo es más alto debido al cambio a Salesforce entre septiembre y diciembre de 2022).

Los resultados de las consultas online del cliente durante el ejercicio fiscal 2022/2023 (total anual) son:

El número total de reclamaciones online ascendió a 15.578, todas ellas resueltas. Debajo puede verse el desglose de reclamaciones en once subapartados. El tiempo de resolución media (SLA) fue de 36,22 h (este tiempo es más alto debido al cambio a Salesforce entre septiembre y diciembre de 2022).

Grupo de casos	Tiempo medio de respuesta	N.º casos resueltos
Atención al cliente en España	36,22 h	15.578

Grupo de casos	Tipo de caso	N.º casos resueltos
Atención al cliente en España	Quejas al servicio de atención al cliente	2.005
	Consultas genéricas al servicio de atención al cliente	6.319
	Consultas online	1.056
	Reclamaciones de productos	933
	Consultas sobre productos	4.133
	Disponibilidad de existencias	1.008
	Protección de datos	67
	Quejas de vigilantes de seguridad	44
	Relación con cliente	5
	Producto ético	7
	Ética	5

Los resultados de las consultas en tienda del cliente durante el ejercicio fiscal 2022/2023 (total anual) son

Todas las quejas y reclamaciones fueron resueltas. El número total de quejas en el ejercicio fue de 1.497. Este total se desglosa en 1.302 quejas por cuestiones de personal, entorno, empleados y cajas, y 195 quejas por cuestiones de producto, seguridad y accidentes. El tiempo medio de respuesta es inferior a 10 días para todas las presentadas en tienda.

Reclamaciones	Asunto	N.º reclamaciones
Excluidos productos, seguridad y accidentes	Personal	75
	Entorno	23
	Reembolsos y cambios	856
	Sobrecargos/cajas/tarjetas de crédito	177
	Probadores	32
	Otros	139
		1.302

Reclamaciones	Asunto	N.º reclamaciones
Incluidos productos, seguridad y accidentes	Producto	85
	Seguridad	96
	Accidente	14
		195

4. Información fiscal

A continuación se muestra el beneficio total obtenido y el impuesto sobre el beneficio abonado por Primark durante el ejercicio 2023/2024:

País	Beneficio obtenido (€)
España	57,5 millones de euros
Total	57,5 millones de euros

País	Impuesto sobre beneficios abonado (€)
España	2,8 millones de euros
Total	2,8 millones de euros

Los impuestos se calculan conforme al Plan General Contable (PGC), que tiene en cuenta los gastos e ingresos del ejercicio fiscal.

A continuación se muestra el beneficio total obtenido y el impuesto sobre el beneficio abonado por Primark durante el ejercicio 2022/2023:

País	Beneficio obtenido (€)
España	38,5 millones de euros
Total	38,5 millones de euros

País	Impuesto sobre beneficios abonado (€)
España	12,5 millones de euros
Total	12,5 millones de euros

Durante los ejercicios fiscales 2023/2024 y 2022/2023 no se recibieron subvenciones públicas.

VIII. Medioambiente

Véase el apartado II (Gestión de riesgos no financieros) para obtener más información sobre el impacto de las actividades de la compañía en el medioambiente, la salud y la seguridad, y las medidas de mitigación asociadas.

Nuestro compromiso con el medioambiente dentro del eje *planeta* de Primark Cares pretende abordar aquellas áreas donde podemos tener un impacto más positivo en nuestras operaciones y nuestra cadena de suministro.

Estas son:

- Reducir a la mitad nuestra huella de carbono: reduciremos a la mitad las emisiones de carbono en toda nuestra cadena de valor para 2030.
- Eliminar los residuos no textiles: eliminaremos los plásticos de un solo uso y todos nuestros residuos no textiles para 2027.
- Restaurar la biodiversidad: nuestro Primark Cotton Programme utilizará más prácticas agrícolas regenerativas para 2030.

Además de estos compromisos, también continuamos emprendiendo acciones en otras áreas tales como la gestión del agua y la gestión sostenible de productos químicos. Nuestras iniciativas de sostenibilidad medioambiental abordan nuestra cadena de suministro de productos, desde la forma en que se produce la materia prima hasta los recursos utilizados en la fabricación de la ropa o los colgadores de ropa de nuestras tiendas. En Primark, tenemos un equipo global de especialistas en medioambiente que se encargan de impulsar distintas iniciativas en todo el negocio. Además de intentar mejorar nuestras propias operaciones, trabajan en las regiones de fabricación de nuestra cadena de suministro, interviniendo en las fábricas de nuestros proveedores para ayudarles también a mejorar.

Nuestra Política Medioambiental se puso en marcha en 2018 y fue actualizada en 2022. Esta política contiene seis áreas cruciales para guiar nuestro enfoque hacia la prevención de riesgos y la reducción de nuestro impacto en el medioambiente, incluyendo un abastecimiento responsable, gestión de productos químicos, recursos y residuos, eficiencia energética y reducción de gases de efecto invernadero (GEI), eficiencia y conservación del agua y bienestar y biodiversidad animal. Está disponible [aquí](#):

Desde la perspectiva de los seguros, Primark Tiendas no está sujeto a los requisitos de la Garantía Financiera Obligatoria (Orden Ministerial APM/1040/2017) en España, ya que nuestras operaciones están fuera del alcance de las actividades de nivel de prioridad 1 o 2.

Primark Tiendas, en línea con Primark, cuenta con un proceso sólido para gestionar las reclamaciones medioambientales hasta su resolución. La naturaleza de las quejas recibidas variará y, por lo general, va desde ruidos y molestias y contaminación lumínica hasta prácticas y procesos de gestión de residuos. Abordamos todos los problemas relevantes de ruido e iluminación en el sitio, ya sean identificados como parte de una evaluación de riesgos o como resultado de una queja. Sin embargo, como la mayoría de

nuestras tiendas operan en lugares urbanos, no solemos tener problemas al respecto. A lo largo del ejercicio fiscal 2023/2024 recibimos una reclamación medioambiental en España (a lo largo del ejercicio fiscal 2022/2023 se recibió una reclamación medioambiental). En el ejercicio fiscal 2023/2024 no recibimos ninguna sanción medioambiental, ni tampoco en el ejercicio fiscal 2022/2023.

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024 seguimos instalando bombillas LED de eficiencia energética en nuestras tiendas españolas, con un gasto aproximado de 11,7 M€ (2 M€ en el ejercicio fiscal 2022/2023).

Primark no tiene provisiones ni garantías medioambientales para el ejercicio fiscal 2023/2024 ni para el ejercicio fiscal 2022/2023.

Cambio climático

La reducción de nuestra huella de carbono es una aportación fundamental que podemos realizar para mitigar los riesgos y el impacto que el cambio climático plantea a nuestro planeta y a las generaciones futuras. Nos hemos comprometido a lograr una reducción del 50% en las emisiones absolutas de los alcances 1, 2 y 3 para 2023, partiendo del año de referencia 2018/19. Este objetivo también engloba los compromisos que hemos asumido a través de entidades de prestigio como las siguientes, principalmente:

- Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática de la UNFCCC
- Science Based Targets initiative (SBTi)
- Iniciativa Textiles 2030 de WRAP

Nuestra hoja de ruta para alcanzar este objetivo se publica en nuestro Plan de Transición anual.

Avances hasta la fecha

Nuestros resultados interanuales muestran una reducción del 12% en las emisiones de los alcances 1, 2 y 3 con respecto al anterior ejercicio fiscal (2022/23).⁸

Esto se debe a una reducción interanual de aproximadamente el 5%⁸ del volumen de materiales adquiridos para nuestros productos destinados a la venta, junto con el éxito de nuestros esfuerzos de descarbonización de nuestra actividad y las tendencias globales de reducción de emisiones, tales como el aumento global de las energías renovables y la eficiencia, que llevaron a una reducción de los factores de emisión para determinados bienes y servicios.

En el marco de nuestro objetivo Primark Cares de reducción de las emisiones de carbono a la mitad entre 2018/19 y 2030, hemos logrado una disminución del 1,9% de las emisiones en los alcances 1, 2 (basadas en el mercado) y 3⁸. Esta disminución se debe en gran medida al éxito de nuestro trabajo en la reducción de emisiones 1 y 2, en paralelo con distintas acciones clave que cubren actividades más amplias, como por ejemplo el transporte aguas arriba.

8. A nivel de empresa Primark, a 31 de julio de 2024.

Este año nos sumamos a la Value Change Initiative (VCI), un foro de aprendizaje entre pares que reúne a expertos climáticos para desarrollar soluciones destinadas a la reducción y eliminación de emisiones en la cadena de valor. Estamos participando en los grupos de trabajo del sector textil para impulsar nuestros avances en este ámbito.

TCFD

Partiendo de los informes de riesgos que elaboramos a través de nuestra matriz ABF en cumplimiento del requisito TCFD (Grupo de Trabajo sobre Divulgación de Información Financiera relacionada con el Clima), hemos trabajado para entender cómo debe ser la gestión de riesgos climáticos específicamente en el caso de Primark, adoptando un enfoque alineado con nuestro enfoque más general de gestión del riesgo. También estamos evaluando cómo podríamos integrar este aspecto en nuestra planificación, con objeto de reforzar la resiliencia a largo plazo de nuestro negocio.

Contaminación

En el marco de nuestra política medioambiental, nos comprometemos a investigar alternativas más seguras en las instalaciones que gestionan nuestros productos y materiales y dar los pasos adecuados para garantizar que se tomen las medidas adecuadas para la prevención y control de la contaminación.

Emisiones

Reducción de las emisiones en nuestras propias operaciones

Las emisiones de alcance 1 y 2 incluyen aquellas generadas por el funcionamiento de nuestras tiendas y oficinas, además de nuestros centros de transporte y distribución. Estas son más reducidas que las emisiones de alcance 3, pero son aquellas sobre las que tenemos una influencia más directa. De acuerdo con nuestro compromiso SBTi, y como firmantes de la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática de la UNFCCC (FICCA), tenemos dos compromisos específicos que afectan a nuestras propias operaciones.

Estos son:

- SBTi: Primark se compromete a reducir en un 50% las emisiones absolutas de GEI de alcance 1 y 2 para 2023, partiendo del año de referencia 2019; y
- FICCA: Obtener el 100% de la electricidad de fuentes renovables, reduciendo al mínimo otros impactos medioambientales o sociales, en las emisiones de nuestras operaciones en régimen de propiedad o explotación (alcance 2) para 2030. Esta reducción del 52% está dentro del umbral de los objetivos validados SBTi de Primark para las emisiones de los alcances 1 y 2 antes de nuestra fecha límite de 2030. Sin embargo, somos conscientes de que, con nuestro crecimiento, sumado a los retos que plantea el acceso a las energías renovables en algunos mercados en los que operamos, podemos caer por debajo del umbral del 50% en el corto plazo. Pese a ello, estamos comprometidos con el desarrollo de nuestros programas y estrategias con vistas a cumplir nuestro objetivo para 2030 de la manera más sólida posible.

Hemos reducido nuestras emisiones de los alcances 1 y 2 (basadas en el mercado) en un 52% con respecto al año de referencia 2018/19. Esto se lo logro gracias a las medidas de eficiencia energética

implantadas en nuestras tiendas y a la obtención de electricidad de fuentes renovables o bajas en carbono para la alimentación de nuestras tiendas, oficinas centrales y almacenes.

Obtención de energías renovables y bajas en carbono

Seguimos desarrollando nuestra estrategia para procurarnos energías renovables y bajas en carbono para alimentar nuestras tiendas, oficinas centrales y almacenes. Este enfoque viene determinado por nuestros compromisos con el planeta, así como por las directrices y estándares de los terceros que los rigen, especialmente el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero y el RE100. En la actualidad, la mayor parte de la energía renovable y baja en carbono que obtenemos viene en forma de adquisición en paquetes, donde la energía y los atributos de la misma se adquieren conjuntamente, en el mismo contrato y transacción. Esta estrategia nos ha llevado a conseguir unas emisiones de alcance 2 basadas en el mercado inferiores a nuestras emisiones basadas en la ubicación. Las emisiones basadas en el mercado dependen de las decisiones reales de compra de energía que hemos tomado o que controlamos, y no simplemente en la intensidad media de la red local, por lo que ofrecen una imagen más real de la situación.

El 64% de la demanda de electricidad de nuestras operaciones propias quedó cubierta por energías renovables en 2023/24.

Retos de aprovisionamiento

El acceso a fuentes de energía renovables y bajas en carbono puede ser difícil en algunos territorios, especialmente a la hora de suscribir contratos de compraventa de energía (PPA). Estamos trabajando por lograr las opciones más sólidas posibles en línea con las orientaciones de RE100.

Mejora de la eficiencia energética de nuestras tiendas

Buscamos constantemente maneras de introducir mejoras de eficiencia energética que reduzcan nuestra huella de carbono sin que esto afecte a la experiencia de compra de nuestros clientes. Todas las tiendas y centros de distribución de Primark, a excepción de nuestra nueva tienda de Hungría, cuentan con la certificación ISO 50001, el estándar mundialmente reconocido de sistemas de gestión energética. Este año, hemos seguido construyendo nuestra red Energy Champions en todos los inmuebles de Primark, formando a cientos de colaboradores para reducir el consumo energético en las tiendas.

*Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2023/2024 – Consumo de energía / Emisiones GEI:*⁹

Energía	Total	Unidades
Consumo de energía	66.969.444	kWh
Consumo de diésel	466	Litros
Gasoil	335.900	kWh

Emisiones GEI	Equivalente a toneladas de CO2
Alcance 1	119
Alcance 2: basado en el mercado	738
Alcance 2: basado en la ubicación	10.065
Total	10.922

La reducción del consumo de diésel con respecto al año pasado se debe al cambio de diésel a gasoil en Torija.

*Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2022/2023 – Consumo de energía / Emisiones GEI:*⁹

Energía	Total	Unidades
Consumo de energía	69.911.421	kWh
Consumo de diésel	54.471	Litros

Emisiones GEI	Equivalente a toneladas de CO2
Alcance 1	156
Alcance 2	10.426*
Total	10.582

*Emisiones de alcance 2 registradas según un enfoque “basado en el mercado”.

*Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2023/2024 – Gases refrigerantes:*¹⁰

Concepto	Recarga (Kg)	Tipo
Gas refrigerante	403	R410A

9. Cifras a 31 de julio de 2024.

Más información al respecto en el informe anual de ABF, disponible en: <https://www.abf.co.uk/investors/annual-report-2024>

10. Datos a 31 de julio de 2024.

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2022/2023 – Gases refrigerantes:

Concepto	Recarga (Kg)	Tipo
Gas refrigerante	364	R410A

Reducción de las emisiones de alcance 3 en nuestra cadena de valor

La mayoría de nuestras emisiones tienen lugar en nuestra cadena de valor en sentido amplio. La obtención y registro de los datos de estos impactos evoluciona a medida que avanzamos en nuestro programa de descarbonización y mejoramos los datos de trazabilidad del producto. Estamos aumentando la cantidad de datos que obtenemos de nuestros proveedores, que se incorporan en nuestro cálculo del alcance 3, pero todavía recurrimos mucho a los datos medios del sector en muchos de los impactos que evaluamos como parte de este cálculo. Estas limitaciones de datos deben tenerse en cuenta al leer e interpretar nuestros resultados. Las emisiones de la cadena de valor que no controlamos de manera directa (alcance 3) constituyó el 98,8% de nuestra huella de carbono total en 2023/24.¹¹ La tabla muestra la reducción de nuestras emisiones de alcance 3 en referencia al año 2018/19. Abordar nuestras tres grandes fuentes de emisiones de alcance 3 es el objetivo central del mapa de ruta de descarbonización de Primark.

Estas son:

Categoría 1: Bienes y servicios adquiridos (productos destinados a la venta).

Emisiones vinculadas a la fabricación de nuestros productos por parte de los proveedores (incluidos los niveles uno, dos y tres).

Categoría 4: Transporte aguas arriba.

Emisiones vinculadas al transporte de bienes desde los proveedores hasta los almacenes de Primark, y de los almacenes a las tiendas de Primark.

Categoría 11: Uso del producto vendido.

Emisiones vinculadas a la manera en la que los clientes usan nuestros productos y cómo los desechan.

Al igual que la mayoría de marcas de ropa, no somos propietarios de ninguna de las fábricas de nuestra cadena de suministro. Por ello, la implicación de los proveedores es clave para reducir las emisiones generadas durante la fabricación de nuestros productos. Trabajamos con proveedores seleccionados en los niveles uno, dos y tres para abordar el consumo de energía y otras fuentes de emisión en sus fábricas. En el nivel cuatro, nos centramos en cambiar hacia materiales más sostenibles y formar a los agricultores en el marco de nuestro Primark Cotton Project.

11. A nivel de empresa Primark, a 31 de julio de 2024.

Categoría del Protocolo GEI ¹²	Año de referencia 2018/19	Año pasado 2022/23	Año actual 2023/24	Variación con año pasado	Variación con año de referencia
		tCO2e			
Cat. 1: Bienes y servicios adquiridos	4.771.324	5.845.005	5.138.034	-12%	8%
Cat. 2: Bienes de capital	123.393	209.811	115.174	-45%	-7%
Cat. 3: Combustibles y actividades relacionadas con la energía	34.904	23.474	20.401	-13%	-42%
Cat. 4: Transporte aguas arriba	506.663	304.680	289.054	-5%	-43%
Cat. 5: Residuos generados en las operaciones	4.297	3.341	4.468	34%	4%
Cat. 6: Viajes de negocios	10.573	4.993	8.618	73%	-18%
Cat. 7: Desplazamientos al puesto de trabajo	-	-	2.818	N/A	N/A
Cat. 11: Uso de productos vendidos	756.260	587.601	576.106	-2%	-24%
Cat. 12: Fin de la vida útil	38.591	39.888	35.055	-12%	-9%
Cat. 13: Activos arrendados aguas abajo	-	-	20.857	N/A	N/A
Total	6.246.005	7.018.793	6.210.586	-11,5%	-0,6%

Eficiencia en la fabricación y acabado

Estamos formando y capacitando a los proveedores para que aumenten la eficiencia energética de sus fábricas, así como auditando las fábricas para identificar de manera activa sus oportunidades de uso eficiente de los recursos. Además de nuestros esfuerzos por hacer eficientes las fábricas, también ayudamos a los proveedores y fábricas a cambiar a fuentes de energía renovable. Este año, comenzamos a implementar nuestro mapa de ruta hacia 2030 de energías renovables en la cadena de suministro,

12. Datos obtenidos del Informe de Sostenibilidad y Ética de Primark.

empezando por India. Trabajando con nuestro socio Ren Energy en la región de Tamil Nadu, exploramos posibilidades de adquisición colectiva de paneles solares en la zona. Según nuestra lista inicial de promotores preseleccionados, las fábricas podrían pagar en torno a un 25% menos por kWh con respecto a las tarifas medias de la red eléctrica. También estamos estudiando las posibilidades de compra colectiva de electricidad renovable generada fuera, que ofrece el potencial de cubrir un porcentaje mayor de las necesidades energéticas de cada fábrica.

Este año, también llevamos a cabo nuestras sesiones formativas sobre acción climática en Vietnam, partiendo del trabajo que hicimos el año pasado en Camboya, donde desplegamos el plan formativo desarrollado por GIZ en colaboración con la Carta de la Moda para la Acción Climática y algunos firmantes seleccionados. En ellas se dota a los fabricantes de ropa, textil y calzado de conocimientos básicos en materia de cambio climático, el impacto de la industria de la moda, eficiencia energética y energías renovables, así como ejercicios prácticos sobre gases de efecto invernadero y contabilidad del carbono. Las emisiones vinculadas a la fabricación y acabado de productos por parte de los proveedores de nivel uno muestran una tendencia a la baja de un año a otro. No obstante, más allá del nivel uno, no es fácil obtener datos específicos para Primark, y los proyectos tardan más en ponerse en marcha. Por ello, todavía podemos ver un aumento de las emisiones en estas tres etapas de la cadena de suministro.

Categoría 1: Bienes y servicios adquiridos

Este año ha habido una reducción del 18,6% en las emisiones generadas en la fase de extracción de la materia prima en nuestra cadena de suministro de textiles y accesorios (nivel cuatro) en comparación con el año pasado. Esto se debe principalmente a dos iniciativas:

- La transición hacia materiales más sostenibles, como parte de los compromisos de Primark Cares (véase el apartado Productos).
- El apoyo ofrecido a los agricultores en el marco del Primark Cotton Project para que adopten prácticas agrícolas más regenerativas.

No obstante, dado que el volumen total de materiales obtenidos por Primark ha aumentado con respecto al año de referencia 2018/2019, en línea con el crecimiento del negocio durante dicho período, el impacto absoluto de esta etapa de nuestra cadena de suministro todavía presenta un aumento global del 9,8%. Estas tendencias interanuales muestran que el enfoque de Primark de abordar las emisiones en el nivel cuatro empieza a dar resultados, ayudando a desvincular nuestras emisiones del crecimiento del negocio.

Categoría 4: Transporte aguas arriba

Al igual que la mayoría de los distribuidores internacionales, obtenemos nuestros productos de múltiples mercados de todo el mundo. La manera en la que transportamos estos productos desde nuestros países de aprovisionamiento hasta nuestros almacenes influye en la cantidad de dióxido de carbono que emitimos a lo largo de la cadena de valor.

Expedimos la mayoría de nuestros productos por vía marítima, cuyo impacto medioambiental es menor que el del transporte aéreo. El transporte marítimo también nos permite mantener precios asequibles para nuestros clientes, ya que es más económico que el aéreo. Un elemento importante que estamos incorporando a nuestro negocio y a nuestra cadena de suministro concierne a nuestro socio transportista

desde hace seis años, Maersk, que nos está ayudando a avanzar en la manera en la que trasladamos nuestros productos desde las fábricas de nuestros proveedores hasta nuestros almacenes.

A través de nuestra colaboración, Maersk ha empezado a introducir alternativas más sostenibles en materia de combustibles, por ejemplo, sustituyendo los combustibles fósiles por biocarburantes a la hora de transportar nuestros productos. El biocarburante Eco Delivery Ocean utilizado por Maersk es certificado por un tercero para verificar que la reducción de emisiones de GEI consignada se ajusta a la realidad. Una vez certificado, el biocarburante se mezcla con combustibles tradicionales/convencionales y se utiliza en los buques de transporte de Maersk. Este producto biocarburante emite aproximadamente un 40% menos de gases de efecto invernadero al año en comparación con los combustibles tradicionales.¹³ Se trata de un paso realmente importante para Primark, y nuestro compromiso con los combustibles alternativos más sostenibles brinda apoyo a la inversión en investigaciones futuras de Maersk, que continúa identificando soluciones más sostenibles e innovadoras en combustibles para el futuro. Es un espacio cambiante, pero creemos que utilizar combustibles alternativos más sostenibles conlleva la oportunidad de modificar positivamente nuestra manera de transportar los productos, contribuyendo a nuestros objetivos de reducción de emisiones de carbono en nuestra cadena de valor de cara a 2030.

En España, durante el ejercicio fiscal 2023/2024, llevamos la mercancía a seis de nuestras tiendas con camiones de GNL en cumplimiento de la legislación, lo que equivale al 9% de todas nuestras entregas del año, lo que incluye todas las tiendas de Barcelona, Valencia, Bilbao y Madrid. Esto ha supuesto una reducción de más de 394 toneladas de CO₂e y ha eliminado de la carretera más de 864.403 kilómetros de uso de diésel.

Además, como parte de una estrategia de optimización de la red centrada en un mejor llenado de los vehículos, hemos trabajado junto con nuestros compañeros minoristas para garantizar menos vehículos y más llenos. Manteniendo una buena comunicación con los almacenes, unos calendarios flexibles y una política de *burst-out*, así como siguiendo el requisito de pedido mínimo, el equipo ha logrado niveles de llenado de la carga del 96% (igual que en el ejercicio fiscal 2022/2023).

Comprender el impacto medioambiental de nuestra cadena de suministro

Para conocer mejor el rendimiento medioambiental de las fábricas de nuestros proveedores, utilizamos el Módulo Medioambiental de Instalaciones de Higg (FEM, por sus siglas en inglés). Están invitadas a realizar la evaluación más del 70% de las fábricas que componen la capacidad de Primark. Este año, 1.309 instalaciones han realizado sus autoevaluaciones Higg FEM. De ellas, 906 centros han completado su autoevaluación, obteniendo una puntuación media del 47%.¹⁴ Las fábricas obtienen una puntuación global que puede desglosarse en puntuaciones parciales referidas a la energía, el agua, los residuos y los

13. En su transporte, Primark utiliza un producto denominado ECO Delivery Ocean desarrollado por Maersk que emite aproximadamente un 40% menos de emisiones de gases de efecto invernadero que los combustibles tradicionales. Mediante la obtención de distintos tipos y lotes de combustibles más sostenibles, Maersk conoce exactamente la reducción de emisiones GEI/CO₂e con el uso de cada tipo de combustible en cada ciclo de vida y, por tanto, puede calcular la reducción anual media de las emisiones.

14. A nivel de empresa Primark, a 31 de julio de 2024.

productos químicos. Echar un vistazo a estas puntuaciones permite a las fábricas y a nosotros mismos identificar posibilidades de mejora en su rendimiento medioambiental.

También sometimos a nuestra cadena de suministro en China a la evaluación CITI de la Cadena Verde de Suministro desarrollada por el Institute of Public and Environmental Affairs (IPE). Esta prueba evalúa la gestión medioambiental de las marcas en sus cadenas de suministro en China. En 2024, Primark mejoró su puntuación CITI con respecto a 2023, y obtuvo el sexto puesto entre 126 empresas de la industria textil, quedando también sexta entre un total de 780 marcas. Este es el resultado de nuestros esfuerzos continuados por mejorar el rendimiento medioambiental de los proveedores de China, más allá de nuestras fábricas del nivel uno.

Economía circular y residuos: prendas que pueden ser recicladas

Tenemos el compromiso de que nuestras prendas sean reciclables por diseño para 2027. Actualmente no existe una única definición reconocida por el sector para el término “reciclable” aplicado a la industria textil y de la confección, pero estamos centrados en multiplicar los artículos que son circulares por diseño en determinadas categorías. También hemos creado guías específicas de producto y trabajamos por implicar y formar a nuestros colaboradores y proveedores en los principios del diseño circular. En otras categorías, estamos ensayando, probando y aprendiendo a superar retos importantes y específicos. Por ejemplo, algunos tipos de productos y materiales son mucho más difíciles de trasladar a un diseño circular que otros.

Nuestro propio Circular Product Standard (CPS) establece cómo pretendemos diseñar nuestros productos ahora y en el futuro. Se basa en la visión de la Fundación Ellen MacArthur sobre la economía circular en la moda, y cubre aspectos clave del diseño de ropa: el uso de materiales obtenidos de manera más sostenible, la durabilidad y la reciclabilidad.

El año pasado lanzamos nuestra primera colección circular, y seguimos formando a nuestros equipos para que empiecen a extender el diseño circular en categorías clave de productos, como la tela vaquera y el tejido jersey, que son más fáciles de integrar en diseños reciclables al final de su vida útil, estableciendo asimismo objetivos internos más específicos en estas áreas. Seguimos traduciendo estos principios en directrices tangibles y prácticas en diferentes tipos y categorías de ropa, como las prendas de punto.

Ahora estamos buscando soluciones circulares para los productos hechos con fibras mixtas (que pasan por ser uno de los mayores obstáculos para el reciclado de textil a textil) y otras categorías de producto, como los calcetines o la lencería, que son más difíciles de trasladar a un diseño circular debido a su rendimiento o función. Estamos empezando a considerar qué estrategias pueden ser viables a largo plazo.

El 3% de todas nuestras ventas unitarias de ropa cumplen los criterios establecidos en nuestro CPS. En categorías clave en las que muchos productos se fabrican con algodón, como las camisetas y las telas vaqueras, el 11% de las camisetas y el 5% de las prendas vaqueras vendidas cumplen nuestros criterios de circularidad, respectivamente¹⁴.

Mayor presencia de fibras recicladas o de origen sostenible en nuestras prendas

El 66% de nuestras ventas unitarias de ropa de este año contenían fibras recicladas u obtenidas de materiales más sostenibles, frente al 55% de 2023.¹⁵ Esto nos ha dado confianza para decidir que la etiqueta Primark Cares deje de ser necesaria en nuestras prendas. Durante los próximos 18 meses, eliminaremos gradualmente el logo Primark Cares de las etiquetas de nuestros productos, nuestras páginas web y los elementos decorativos de las tiendas, sustituyéndolo por el logo de Primark. Mantendremos los requisitos mínimos de uso de estas fibras en nuestras prendas, y nuestros productos seguirán claramente etiquetados para cumplir las expectativas de los clientes en materia de sostenibilidad.

Seguimos acelerando nuestro programa de formación de proveedores y equipos internos de producto en relación con nuestros protocolos de contenido mínimo de fibras recicladas o de origen más sostenible. En 2023/24, formamos a 309 de nuestros proveedores y a 231 compradores en todo el negocio, con formación obligatoria en protocolos para los nuevos integrantes de los equipos de producto.¹⁵ Todavía no existe un estándar de contenido mínimo de materiales reciclados en el sector que cubra todos los tipos de material. Nuestros protocolos de contenido mínimo de fibras varían según el tipo de material, y han sido fijados, cuando corresponde, en línea con los estándares reconocidos del sector, tales como Organic Content Standard (OCS), Global Organic Textile Standard (GOTS), Recycled Claim Standard (RCS) y Global Recycled Standard (GRS). Somos miembros de Textile Exchange y usamos su matriz de materiales recomendados a la hora de tomar decisiones con respecto a nuestros protocolos de contenido mínimo de fibras recicladas o de origen sostenible.

La información sobre sostenibilidad es compleja y puede resultar confusa para los clientes. Creemos que es nuestra obligación educar a los clientes acerca de las fibras presentes en nuestros productos, de manera que puedan tomar decisiones informadas sobre los productos que compran. Esta es la razón por la que tenemos un glosario online donde pueden conocer las fibras que utilizamos en nuestra ropa, así como los términos que utilizamos al hablar sobre nuestra estrategia de sostenibilidad. Todos los productos que contienen materiales reciclados o de origen sostenible están identificados claramente, con información relativa a su contenido mínimo de fibra en la etiqueta de cada producto. Por ejemplo, cuando utilizamos poliéster reciclado en un producto, la etiqueta indicará claramente que se fabricó con un mínimo del 50% de poliéster reciclado. En nuestro glosario online también se define qué entendemos por material reciclado o de origen sostenible, en línea con la matriz de fibras recomendadas o PFM de Textile Exchange.

El algodón reciclado es una de las fibras que queremos utilizar más en nuestros productos. Desde 2020, venimos trabajando con Recover™ para incorporar a nuestros productos una mayor cantidad de su fibra de algodón y sus mezclas de fibras de algodón reciclado, de alta calidad y bajo impacto. Cada año, esta colaboración se fortalece. Hemos aumentado significativamente el uso de fibras de Recover™ en nuestras cadenas de suministro de Pakistán y Bangladés, multiplicando el uso de la gama RCotton en nuestros productos de tela jersey y vaquera. Seguimos trabajando con Recover™ para encontrar más

¹⁵. A nivel de empresa Primark, a 31 de julio de 2024.

maneras de ampliar la presencia de sus fibras en nuestras gamas de productos e impulsar así la consecución de nuestros objetivos.

Utilizamos pulpa de madera para una variedad de fibras como la viscosa y el lyocell, conocidas como fibras celulósicas artificiales (MMCF). Nuestra Política sobre Fibras de Madera y Derivados de la Madera establece nuestro enfoque relativo a la obtención responsable de estos materiales. Desde 2022, trabajamos en colaboración con Canopy, una organización global sin ánimo de lucro dedicada a la protección de los bosques del mundo. Junto con otras marcas de moda, hemos firmado la iniciativa CanopyStyle para la transformación del abastecimiento en el mundo de la moda, con objeto de no utilizar recursos procedentes de bosques antiguos y en riesgo. Todos los proveedores que utilizan fibras MMCF se obligan a recurrir únicamente a productores con valoración verde en el ranking Hot Button de Canopy. Nuestro equipo de trazabilidad ha añadido las fibras MMCF a la plataforma TrusTrace, lo que nos permite ubicar mejor el uso que hacemos de las mismas.

Primark Cotton Project

El 57% de las prendas de algodón vendidas contiene algodón orgánico, reciclado u obtenido en el marco del Primark Cotton Project (antes Primark Sustainable Cotton Programme), nuestro exclusivo programa de formación para los productores de algodón de nuestra cadena de suministro.¹⁶ El Primark Sustainable Cotton Programme fue rebautizado como Primark Cotton Project en 2024 para alinearnos con las últimas leyes y directrices sobre información medioambiental.

No obstante, el programa en sí mismo no sufrió ninguna modificación. Seguimos formando y dando apoyo a los productores de algodón en métodos agrícolas destinados a incrementar la producción de algodón, reducir los gastos de insumos y, en consecuencia, impulsar los beneficios de los agricultores. En línea con nuestro compromiso de fomentar la adopción de prácticas agrícolas más regenerativas dentro del Primark Cotton Project para 2030, continuamos enseñando a los agricultores cómo reducir el uso de pesticidas y fertilizantes químicos en el cultivo del algodón. Hemos integrado la trazabilidad en el programa para identificar mejor el origen de nuestro algodón y atender así mejor los crecientes requisitos legales sobre transparencia en fibras.

Utilizamos la plataforma digital de trazabilidad de CottonConnect, TraceBale, para la trazabilidad del algodón de los agricultores del Primark Cotton Project a lo largo de nuestra cadena de suministro, de la desmotadora al telar. Para dotarnos de aún más garantías, nos hemos asociados con Oritain, una firma especialista en verificación que emplea técnicas de la ciencia forense para confirmar el origen del algodón.

El número de agricultores que han recibido formación en el marco del Primark Cotton Project hasta la fecha asciende a 309.394.¹⁷ Encontrará más información sobre el Primark Cotton Project [aquí](#).

Eliminación de residuos no textiles:

Modificación del empaquetado del producto

16. A nivel de empresa Primark, a 31 de julio de 2024.

17. Según el Informe de Sostenibilidad y Ética de Primark correspondiente a 2023/2024.

El empaquetado del producto es una de las principales fuentes de residuos no textiles, lo que lo convierte en una prioridad para nosotros. Estamos trabajando por eliminar los plásticos de un solo uso (PUS) para 2027. Este año hemos establecido una base de referencia para todos los embalajes de nuestro negocio, para así poder hacer un seguimiento de nuestros avances en este compromiso. Dado que no compramos embalajes directamente, hemos recogido los datos de los 470 proveedores globales de todos nuestros embalajes de enero de 2022 a enero de 2023. El cumplimiento de los requisitos de recogida de datos pasará a formar parte de la tarjeta de valoración de proveedores (donde los datos del proveedor se registran, cuantifican y comparan para evaluar el rendimiento de cada proveedor) a partir de agosto de 2024.

En 2022, se registró un dato de referencia de 21.797 toneladas de plásticos de un solo uso, lo que representaría el 19,4% (en toneladas) de todos los embalajes utilizados. Actualmente estamos recabando los datos correspondientes a 2023/2024 y a continuación determinaremos y publicaremos nuestros avances con respecto a dicha base de referencia, aplicando nuestra detallada hoja de ruta de empaquetado.

Siguen existiendo obstáculos a la eliminación de los PUS de nuestro negocio. Esto se debe a limitaciones prácticas, restricciones técnicas y a la ausencia de alternativas viables: por ejemplo, en la actualidad son obligatorias las envolturas retráctiles higiénicas en determinados productos de belleza y cuidado de la piel. Pese a ello, nuestro equipo interno específico de técnicos de empaquetado sigue impulsando la innovación y la adopción de embalajes y materiales más eficientes. También estamos aprovechando nuestra envergadura para asociarnos con proveedores de embalajes de confianza y para desarrollar nuevas y mejores soluciones.

*Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2023/2024 – Producción de embalajes:*¹⁸

Concepto	Toneladas
Total embalajes suministrados	8.605

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2022/2023 – Producción de embalajes:

Concepto	Toneladas
Total embalajes suministrados	8.821

18. Cifras a 31 de julio de 2024.

Más información en el informe anual de ABF, disponible en este enlace: <https://www.abf.co.uk/investors/annual-report-2024>

En nuestras operaciones españolas hemos conseguido desviar de los vertederos el 90% de los residuos generados en nuestras operaciones durante el ejercicio fiscal 2023/2024 (90% durante el ejercicio fiscal 2022/2023). En este marco ha habido un aumento en los volúmenes generales de residuos, lo que se imputa al hecho de que había más tiendas en funcionamiento en el ejercicio fiscal 2023/2024. Continuamos enseñando a los empleados —tanto en las tiendas como en las oficinas— cómo se pueden reutilizar o reciclar los residuos no textiles.

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2023/2024 – Residuos: **Error! Bookmark not defined.**

Concepto	Toneladas	Cuota %
Eliminación de residuos	1.228	10%
Reaprovechados	10.507	90%

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2022/2023 – Residuos:

Concepto	Toneladas	Cuota %
Eliminación de residuos	1.306	10%
Reaprovechados	11.242	90%

Uso sostenible de los recursos:

Agua y aguas residuales

Como el agua se usa en la mayoría de las etapas de la fabricación de ropa, desde la cosecha de algodón al tinte de los tejidos, es importante que se use eficientemente. Somos firmantes de la iniciativa Textiles 2030 de WRAP, lo que quiere decir que hemos suscrito un objetivo de reducción del 30% de la huella hídrica de los nuevos productos que vendemos.

A través de nuestra 2030 Water Stewardship Strategy, estamos gestionando nuestro impacto, riesgos y oportunidades en materia de agua de tres maneras:

Acciones de fábrica:

- Trabajar con los proveedores y las fábricas en la reducción de su consumo de agua, la reutilización y el reciclaje, e impulsar políticas avanzadas de calidad del agua, especialmente en los centros situados en regiones vulnerables y con estrés hídrico.

Acciones de subcuenca (hidrográfica):

- Junto con nuestros proveedores situados en cuencas con estrés hídrico, colaborar con otros usuarios, incluidas otras marcas y organismos públicos, para abordar los problemas comunes relacionados con el suministro de agua.

Huella hídrica del producto:

- Reducir el impacto hídrico en nuestra cadena de suministro mediante el uso de materiales y fibras alternativas.

Entender nuestra huella hídrica y sus riesgos

Este año, expertos independientes han llevado a cabo una evaluación de nuestra huella hídrica a lo largo de la cadena de valor a partir de indicadores cuantitativos y cualitativos. Ahora disponemos de una base de referencia sólida que nos permitirá medir nuestros avances y desarrollar una hoja de ruta que abarque tanto las intervenciones en la cadena de suministro como la mejora de las decisiones sobre materiales.

Hemos cruzado los resultados sobre nuestra huella hídrica con datos procedentes de las evaluaciones anuales de los riesgos relacionados con el agua que afronta nuestra cadena de suministro, relativos a la dependencia del agua de distintas fábricas. Tomada en conjunto, esta información nos está permitiendo centrar nuestros esfuerzos en las cuencas hidrográficas con estrés hídrico y las fábricas con un mayor impacto potencial en dichas cuencas.

Además de trabajar con los proveedores para reducir el consumo de agua y reutilizar y reciclar el agua siempre que sea posible, también estamos comprometidos con la acción colectiva, trabajando con otras partes interesadas para abordar los desafíos comunes relativos al agua. Seguimos siendo miembros financiadores de la Alliance for Water Stewardship (AWS). A través de su Impact Accelerator Programme, trabajamos para acelerar la adopción del Estándar 1 de la AWS, el marco universal de gestión hídrica para las fábricas ubicadas en cuencas de interés prioritario. Este año, 20 de nuestros proveedores de Bangladés, India y China superaron la primera fase del programa, que incluía una evaluación de retos hídricos en sus cuencas y un análisis de su grado de preparación para abordarlos. Durante el próximo año, les ayudaremos a desarrollar planes de gestión hídrica para poder implementar las medidas necesarias para cumplir los estándares establecidos en el marco.

El reciclaje de aguas residuales es una herramienta valiosa y efectiva para los proveedores que afrontan riesgos hídricos significativos. Este año, nos hemos asociado con múltiples actores interesados, incluidas otras marcas minoristas, WaterAid y proveedores de tecnología para iniciar un innovador proyecto de reciclaje de agua en Bangladés. Con el apoyo del programa Sustainable Manufacturing and Environmental Pollution (SMEP) del Gobierno británico, aspiramos a conocer qué volumen de agua residual puede reciclarse de manera eficiente sin comprometer la eficiencia energética y el equilibrio químico.

Junto con otras marcas globales, también formamos parte del grupo de trabajo para el sector textil y del cuero de Corporate Water Leaders, enfocado a abordar de manera colectiva los retos hídricos de las cadenas de valor que compartimos. El primer paso de esta iniciativa es crear un marco común o Common Water Framework (CWF) para fijar las expectativas del sector y utilizar mismo lenguaje a la hora de trabajar con los proveedores.

Mediante nuestra pertenencia a la fundación Microfibre Consortium and Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC), estamos midiendo las “microfibras” —fibras plásticas microscópicas liberadas por ciertos tipos de materiales sintéticos— en las aguas residuales, trabajando asimismo con los proveedores para que refinen sus procesos y tecnologías y poder así enfocar mucho mejor su eliminación. Seguimos colaborando con Oxford Molecular Biosensors (OMB) para conocer el impacto de la calidad del agua en la biodiversidad fluvial de cada cuenca. El objetivo es que estos trabajos nos ayuden a nosotros y al sector a mejorar la gestión de las aguas residuales.

*Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2023/2024 – Consumo de agua:*¹⁹

Agua	Metros cúbicos (m ³)
Consumo total	54.587

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2022/2023 – Consumo de agua

Agua	Metros cúbicos (m ³)
Consumo total	61.607

Nuestra estrategia principal para reducir el consumo de agua en nuestras tiendas, oficinas y centros de distribución se ha centrado en alentar cambios de comportamiento entre nuestros colaboradores. Brindamos formaciones iniciales en medioambiente, salud y seguridad a todo el personal y, como parte de esto, alentamos a nuestros colaboradores a consumir solo lo necesario. Nuestros compromisos entorno al agua se detallan en nuestra Política Medioambiental.

Gestión de productos químicos

La química desempeña un papel fundamental en la fabricación de ropa, desde el cultivo del algodón hasta el tintado de las telas, pasando por la creación de fibras sintéticas como el poliéster. Seguimos dando apoyo a nuestros proveedores y sus fábricas con herramientas y directrices que les ayuden a gestionar correctamente el uso de los productos químicos. Nuestro enfoque se basa en seguir reforzando el trabajo de cumplimiento normativo y gestión de riesgos y en ayudar a nuestros proveedores a desarrollar métodos químicos más sostenibles. Esto incluye la optimización química para rebajar la intensidad hídrica y energética, así como las emisiones GEI asociadas.

Trabajamos estrechamente con el sector para mejorar la gestión química en toda nuestra cadena de suministro, también a través de nuestra pertenencia al Grupo AFIRM de la Fundación ZDHC.

Nuestra lista de sustancias restringidas (RSL) establece límites estrictos sobre los productos químicos que pueden utilizarse en la fabricación de nuestros productos, y está alineada con la del Grupo AFIRM y con la lista de sustancias restringidas en la fabricación de ZDHC (ZDHC MRSL) en su versión 3.1.

Cada año, ZDHC evalúa nuestro programa de gestión química tomando como referencia su marco Brands to Zero. Este año, nuestro rendimiento obtuvo la calificación de “Accelerator”, el segundo nivel más alto. Las fábricas con las que trabajamos están obligadas a aplicar medidas de ZDHC, tales como la presentación de inventarios químicos que luego contrastamos con la lista ZDHC MRSL, así como el examen de sus aguas residuales de acuerdo con las directrices sobre aguas residuales de ZDHC.

19. Cifras a 31 de julio de 2024.

Más información en el informe anual de ABF, disponible en este enlace: <https://www.abf.co.uk/investors/annual-report-2024>

También estamos trabajando con ZDHC en el desarrollo de una metodología que permitirá a las marcas aplicar técnicas químicas más sostenibles en su cadena de suministro, dentro del marco Chemicals to Zero, con especial énfasis en áreas de mejora como una mayor eficiencia hídrica, el reciclado, la reducción de la carga contaminante y la circularidad salina.

En los últimos dos años, venimos colaborando con otras marcas para extender el alcance de los recursos que ofrece MRSL desde la moda a otras gamas de productos, incluidos los artículos de hogar. Recibimos con satisfacción el anuncio de ZDHC de hacer suyo este proyecto, lo que nos permitirá ampliar las mejoras en la gestión de productos químicos en la cadena de suministro a más productos de nuestra cartera.

Muchas de las sustancias químicas presentes en nuestra cadena de suministro se utilizan en procesos húmedos tales como el tintado, la impresión o el lavado de los materiales. Nuestros equipos locales instalados en los países de aprovisionamiento ofrecen formación acerca de nuestro programa de gestión de productos químicos.

Estos son algunos de los logros obtenidos este año:

- Hemos apoyado acciones formativas en 59 centros de tratamiento en húmedo en India, Bangladés y China, lo que ha llevado a mejorar sus puntuaciones Higg FEM en el área de química.
- Tres centros de tratamiento en húmedo empezaron a ensayar el programa Clean by Design Chemistry and Wastewater, de Aii, con algunas mejoras prometedoras, según lo que indican los informes intermedios. Los resultados definitivos nos ayudarán a orientar nuestras decisiones futuras en relación con las mejoras de eficiencia sobre el terreno asociadas al más amplio Resource Efficiency Programme de Primark, que engloba nuestros esfuerzos en carbono, agua y sustancias químicas.
- Lanzamiento de un programa de debida diligencia con 20 centros de tratamiento en húmedo seleccionados para los ensayos específicos de riesgos. Trabajamos con las instalaciones para mejorar la calidad de sus aguas residuales y su gestión química.
- Lanzamiento de un nuevo panel de análisis, en colaboración con CleanChain, para ofrecer a todos los centros de tratamiento en húmedo registrados de nuestros primeros 100 proveedores un mejor acceso a los datos sobre sustancias químicas y aguas residuales de la cadena de suministro. Esto facilitará la toma de mejores decisiones, por ejemplo, ayudándonos a reaccionar con rapidez para mejorar descargas según prioridades.
- Adición de un nuevo indicador ICR químico para nuestros primeros 100 proveedores que ayudará a impulsar mejoras en nuestra cadena de valor.

Operaciones españolas – Productos químicos en tiendas e instalaciones logísticas

No hay iniciativas registradas en esta área en el ejercicio fiscal 2023/2024 (tampoco hubo iniciativas registradas en esta área en el ejercicio fiscal 2022/2023).

Restauración de la biodiversidad

Más de un tercio de la superficie terrestre está dedicada a la producción agrícola o ganadera. Los métodos agropecuarios tradicionales, incluido el uso excesivo de productos químicos, agotan el suelo, dañan los ecosistemas y liberan dióxido de carbono a la atmósfera. El cambio climático es un factor agravante y al mismo tiempo resulta agravado por este problema. Dado que el algodón es la principal fibra que utilizamos en nuestras prendas y que la producción de algodón conlleva procesos intensivos de explotación de los recursos, nos esforzamos por ayudar y mejorar la salud del suelo y la biodiversidad. Este es el motivo por el que uno de nuestros compromisos con el planeta es que los agricultores de nuestro Primark Cotton Project adopten prácticas agrícolas más regenerativas para 2030. Contamos con un marco para determinar si los agricultores han adoptado estas prácticas, así como con una base de referencia de adopción de prácticas que nos permitirá evaluar los avances que se realicen en el futuro.

Adopción de la agricultura regenerativa

En los últimos años, hemos adaptado nuestro Primark Cotton Project para centrar la formación en prácticas agrícolas más regenerativas, siguiendo el REEL Regenerative Code de CottonConnect. Las prácticas agrícolas regenerativas, que forman parte del currículum agrícola desde 2023, están diseñadas para contribuir a que la actividad agrícola opere más en consonancia con la naturaleza, restaurando el suelo, protegiendo la biodiversidad y preservando los recursos hídricos. Por ejemplo, agregar tallos del algodón al suelo aumenta su contenido en carbono y nitrógeno, lo que favorece el crecimiento vegetal. También evita la necesidad de la quema de rastrojos, actividad que contribuye al cambio climático.

Resultados del proyecto piloto sobre agricultura regenerativa

En el segundo año del proyecto piloto, comprobamos que el 80% de los agricultores había implementado al menos dos prácticas de salud del suelo (como la rotación o la intercalación de cultivos), el 55% había adoptado al menos dos prácticas de gestión de pesticidas (como los biopesticidas caseros y el uso de trampas), y el 26% había adoptado una práctica de gestión del agua (como el riego por surcos o la microirrigación). Muchos agricultores decidieron también plantar árboles alrededor de los campos de algodón para mejorar la biodiversidad.

En noviembre de 2023, Primark, CottonConnect y nuestro socio local SEWA ganamos el premio Partnership of the Year de los Responsible Business Awards 2023 por el Primark Cotton Project. Uno de los jueces comentó: “Si trabaja usted en agricultura sostenible, esto es algo que hay que replicar”.

Los datos correspondientes al tercer año todavía se están recabando, pero esperamos ver un aumento en la adopción de prácticas regenerativas en todas las áreas por parte de los agricultores.

Medición de nuestro impacto sobre la biodiversidad

Es probable que necesitemos varios años antes de poder ver los efectos de nuestro trabajo en restauración de la biodiversidad dentro del Primark Cotton Project. Con el fin de cuantificar los avances realizados en el tiempo y ajustar el programa a medida que vamos aprendiendo, contamos con un programa de seguimiento de la biodiversidad.

Comenzamos en marzo de 2024 realizando estudios de biodiversidad en 14 fincas ubicadas en cinco pueblos del Estado indio de Gujarat, trabajando con nuestros socios consultores Biodiversify y la Fundación Srushti Conservation. Dos de los pueblos contaban con fincas pertenecientes al Primark Cotton Project, y tres eran poblaciones de control donde los agricultores no habían sido formados en prácticas agrícolas regenerativas. En cada pueblo, se hizo un seguimiento de las fincas y de una zona de su hábitat natural, para poder conocer así el rendimiento de las distintas fincas en términos comparativos. Entre las especies monitorizadas había especies vegetales, reptiles, anfibios, aves y mamíferos. También tomamos muestras del suelo y analizamos su contenido en carbono orgánico, tomándolo como indicador de la biodiversidad del suelo. Evaluamos el nivel de conocimiento sobre biodiversidad de los agricultores locales y anotamos sus observaciones acerca de los cambios observados en la presencia de determinadas especies importantes.

Nuestra metodología de seguimiento se basa en el marco de seguimiento de la biodiversidad que hemos desarrollado durante los últimos tres años. Este marco está en línea con los Objetivos Basados en la Ciencia de la Naturaleza (SBTN, por sus siglas en inglés), el Grupo de Trabajo sobre Información Financiera relacionada con la Naturaleza (TNFD, por sus siglas en inglés) y las directrices de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN, por sus siglas en inglés) para la planificación y seguimiento de los resultados corporativos en biodiversidad. Seguiremos efectuando estudios sobre biodiversidad en los próximos cinco años. También prevemos iniciar estudios con tamaños de muestra similares en Bangladés y Pakistán.

Gestión de impactos relativos al cambio climático

Además de formación, el Primark Cotton Project brinda apoyo adicional a los agricultores para gestionar las consecuencias del cambio climático. Este año en Gujarat, India, hemos dado asistencia a más de 100 agricultores afectados por los daños de un ciclón, por ejemplo, financiando la construcción de estructuras de captación de agua de lluvia para facilitar el acceso a agua potable. También construimos un refugio y retretes en un centro de estudio comunitario que beneficiará a toda la comunidad.

Con el fin de explorar otras maneras de fomentar la resiliencia climática de los productores de algodón, encargamos al Instituto Internacional de Medioambiente y Desarrollo una evaluación de la disponibilidad y contratación de seguros por parte de los agricultores frente a riesgos tales como el efecto del calor extremo sobre la producción. Su estudio reveló una proporción relativamente alta de suscripciones de seguros agrarios (usados por el 60% de los encuestados) en comparación con otros productos, por ejemplo, con los seguros del ganado (usados por el 8% de los encuestados). Sin embargo, se observó que los seguros agrarios solo cubrían a los agricultores frente a préstamos solicitados en relación con el cultivo, más que ofrecer indemnizaciones por posibles pérdidas.

El estudio detectó varios obstáculos importantes a la hora de contratar seguros, el más significativo de ellos el poco conocimiento de los productos (60% de los encuestados). A partir de estos resultados, ahora estamos estudiando cómo apoyar nuevas posibles soluciones para facilitar el acceso de los agricultores a unos seguros adecuados.

Primark cotejó nuestras propiedades en España con los datos sobre zonas protegidas en el país, incluyendo Natura 2000, los espacios protegidos y designaciones internacionales como Ramsar, y confirmamos que ninguna de nuestras instalaciones se encuentra en estas zonas.

Anexo. Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018.

Ámbitos generales

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Modelo de negocio	<p>Descripción del modelo de negocio:</p> <p>Entorno empresarial</p> <p>Organización y estructura</p> <p>Mercados en los que opera</p> <p>Objetivos y estrategias</p> <p>Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución</p>	<p>GRI 2-1 Detalles organizacionales</p> <p>GRI 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad</p> <p>GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales</p> <p>GRI 2-9 Estructura de gobernanza y composición</p> <p>GRI 2-23 Compromisos y políticas</p>	<p>“Modelo y estrategia general de negocio” Página 50</p> <p>“Acerca de Associated British Foods PLC” Página 50-51</p> <p>“Estrategia de sostenibilidad” Página 51-52</p>	
Materialidad	Análisis de materialidad	<p>GRI 3-1 Proceso para determinar los temas materiales</p> <p>GRI 3.2 Listado de los temas materiales</p> <p>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</p>		
Políticas y resultados de estas políticas	Descripción de las políticas aplicadas por el grupo, así como los resultados de dichas políticas, incluidos los indicadores clave de los resultados no financieros pertinentes.	<p>GRI 2-23 Compromisos y políticas</p> <p>GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas</p>	<p>“Introducción” Página 40</p> <p>Consultar las políticas mencionadas a lo largo de todo el informe</p>	
Principales riesgos e impactos identificados	Principales riesgos relacionados con estas cuestiones y relacionados con las actividades del grupo, incluyendo, cuando sean relevantes y proporcionados, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estas áreas.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Gestión del riesgo no financiero” Páginas 43-49	

Cuestiones medioambientales

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios / Razón de la omisión
Gestión medioambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales Criterio interno/GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático (Criterio contable) GRI 2-23 Compromisos y políticas Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental (si aplica)	“Gestión del riesgo no financiero” Páginas 43-49	
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental		Sección VIII. Medioambiente” Páginas 103-122	
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales		Referencia a la certificación ISO 50001 Página 106	
	Aplicación del principio de precaución		“Cambio climático” Página 104	
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales		Estrategia de sostenibilidad” Página 51-52 “Sección VIII. Medioambiente” Páginas 103-122	
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Sección VIII. Medioambiente” Páginas 103-122 “Cambio climático” Página 104 “Contaminación” Página 105 “Emisiones” Página 105	
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 306-3 (2020) Residuos generados	“Economía circular y residuos. Ropa reciclable.” Página 112	
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		El desperdicio de alimentos no es considerado

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios / Razón de la omisión
				un KPI material de la actividad de Primark Tiendas
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 303-3 Extracción de agua	“Aumento del uso de fibras recicladas y de origen más sostenible en nuestra ropa.” Página 112	Primark no cuenta actualmente con sistemas establecidos para recoger y usar el agua reciclada en sus tiendas españolas
	Consumo de materias primas	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen		
	Consumo , directo e indirecto, de energía	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	“Emisiones” Página 104-105	
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Emisiones” Página 104	
	Uso de energías renovables	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	Emisiones” Página 104	
Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2) Si aplica: GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Emisiones” Página 104	
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Cambio climático” Página 103 “Emisiones” Página 104	
	Metas de reducción establecidas voluntariamente	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Cambio climático” Página 103	
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Restauración de la biodiversidad” Página 119	
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas		“Medición de nuestro impacto en	

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios / Razón de la omisión
			la biodiversidad” Página 120-121 “Primark Cotton Project” Página 114 “Medición de nuestro impacto en la biodiversidad” Página 120-121	

Cuestiones sociales y relativas al personal

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	“Empleo” Página 65-66	Todos los empleados de Primark Tiendas SLU residen en España, por eso no se indica el número de empleados por países
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo		“Empleo” Páginas 67	
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados	“Empleo” Página 68	
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	“Empleo” Páginas 70	
	Brecha salarial	Marco interno: el cálculo se ha realizado con la siguiente fórmula: (Remuneración media hombres - Remuneración media mujeres)/Remuneración media hombres	“Empleo” Páginas 68-69	
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	Marco interno: Remuneración media (incluye la retribución total del año, salario fijo y todas las retribuciones variables (Dietas, indemnizaciones, el pago a sistemas de previsión de	“Empleo” Páginas 68-69	
	Remuneración media de los consejeros por sexo			Primark Tiendas SLU cuenta con 3 miembros en el Consejo de Administración, todos ellos hombres. Durante

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
		ahorro, etc.) obtenidas durante el año.		este ejercicio, la retribución media de los consejeros de Primark Tiendas SLU ascendió a 47.557,75 € (FY22/23 33.449,17 €)
	Remuneración media de los directivos por sexo			Primark Tiendas SLU no cuenta con personal directivo (Alta dirección)
	Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Política de desconexión digital” Página 62	
	Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	“Empleo” Página 69	
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Organización del trabajo” Páginas 70-71	
	Número de horas de absentismo	Marco interno: tasa de absentismo	“Organización del trabajo” Página 70-71	
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Política de denuncia Speak Up” Página 53-54	
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	“Salud y seguridad” Páginas 71-72	
	Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo Tasa de frecuencia= N° de accidentes con baja x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes In itinere) Tasa de gravedad= N° de jornadas pérdidas x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes In itinere)	Salud y seguridad” Página 71-72	

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Relaciones sociales	Organización del diálogo social	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	"Relaciones sociales" Páginas 74-77	
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva		
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	GRI 2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés	"Relaciones sociales" Páginas 74-77	
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	"Formación" Páginas 78-83	
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Marco interno		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	"Accesibilidad universal para personas con discapacidad" Páginas 83-84	
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Igualdad" Páginas 84-85	
	Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas		
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Accesibilidad universal para personas con discapacidad" Páginas 83-84	
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	"Igualdad" Páginas 84-85	

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
	GRI 2-23 Compromisos y políticas		

Información sobre el respeto de los derechos humanos

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Debida diligencia” Páginas 55-56	
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	“Debida diligencia” Páginas 55-56 “Denuncias de vulneración de derechos humanos” Página 56	
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Marco interno: información cuantitativa del número de denuncias.	“Denuncias de vulneración de derechos humanos” Página 56	
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios de la OIT” Páginas 59 “Igualdad” Páginas 84-85	

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas	“Lucha contra la corrupción y el soborno” Página 53	

	GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes		
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	“Blanqueo de capitales” Página 54	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	“Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro” Página 54	

Información sobre la sociedad

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible” Página 86	
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible” Página 86	
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Programas de impacto social” Página 87 “Encuesta de satisfacción de clientes” Página 95	
	Acciones de asociación o patrocinio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-28 Afiliación a asociaciones	“Programas de impacto social” Página 87 “Primark Cotton Project” Página 114	

		Marco interno: descripción de las acciones de asociación o patrocinio.		
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	“Proveedores de bienes y servicios no destinados a la venta” Página 90 “Programa de Auditoría de Primark” Página 86 “Proveedores de bienes y servicios no destinados a la venta” Página 90 Programa de Auditoría de Primark” Página 86	
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental			
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas			
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Medidas encaminadas a minimizar los riesgos para la salud y la seguridad de consumidores/ clientes” Página 92 “Reclamaciones de clientes en tienda” Página 93 “Reclamaciones /consultas de clientes online” Página 94 “Encuesta de satisfacción de clientes” Página 95	
	Sistemas de reclamación	GRI 2-16 Comunicación de inquietudes críticas GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos		
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos Marco interno: información sobre quejas y oportunidades de mejora		

			Número de consultas y resolución de las mismas” Página 97	
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	Información fiscal” Página 102	
	Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 207-4 Presentación de informes país por país		
	Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno		

PRIMARK TIENDAS, S.L.U.

Informe de gestión correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de agosto de 2024

FORMULACIÓN

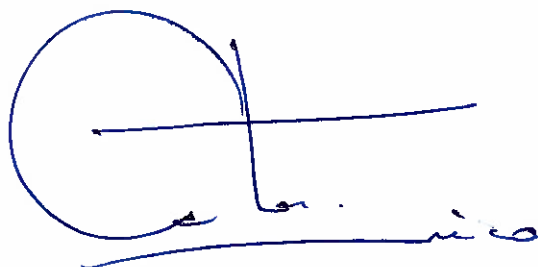
Reunidos los Administradores de Primark Tiendas, S.L.U., con fecha de 22 de julio de 2025 y en cumplimiento de los requisitos establecidos en artículo 253.1 del Texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital y del artículo 37 del Código de Comercio, proceden a formular las Cuentas Anuales y el Informe de Gestión del ejercicio comprendido entre el 1 de septiembre de 2023 y el 31 de agosto de 2024. Las cuentas vienen constituidas por los documentos anexos que preceden a este escrito, con un total de 132 páginas, incluyendo la portada, índice y las diligencias de firmas.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'S. Mullen', with a long horizontal line extending to the right.

Stephen Mullen, Director

FORMULACIÓN

Reunidos los Administradores de Primark Tiendas, S.L.U., con fecha de 22 de julio de 2025 y en cumplimiento de los requisitos establecidos en artículo 253.1 del Texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital y del artículo 37 del Código de Comercio, proceden a formular las Cuentas Anuales y el Informe de Gestión del ejercicio comprendido entre el 1 de septiembre de 2023 y el 31 de agosto de 2024. Las cuentas vienen constituidas por los documentos anexos que preceden a este escrito, con un total de 132 páginas, incluyendo la portada, índice y las diligencias de firmas.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carlos Inácio', with a large circular flourish on the left side.

Carlos Inácio, Director

Informe de gestión correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de agosto de 2024

FORMULACIÓN

Reunidos los Administradores de Primark Tiendas, S.L.U., con fecha de 22 de julio de 2025 y en cumplimiento de los requisitos establecidos en artículo 253.1 del Texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital y del artículo 37 del Código de Comercio, proceden a formular las Cuentas Anuales y el Informe de Gestión del ejercicio comprendido entre el 1 de septiembre de 2023 y el 31 de agosto de 2024. Las cuentas vienen constituidas por los documentos anexos que preceden a este escrito, con un total de 132 páginas, incluyendo la portada, índice y las diligencias de firmas.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'B Mansfield', written in a cursive style.

Bernard Mansfield, Director

**Informe de Verificación Independiente
del Estado de Información No
Financiera Consolidado correspondiente
al ejercicio anual finalizado
el 31 de agosto de 2024**

**PRIMARK TIENDAS, S.L.U.
Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**



The better the question.
The better the answer.
The better the world works.



Shape the future
with confidence

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

Al socio único de PRIMARK TIENDAS, S.L.U.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de agosto de 2024, de PRIMARK TIENDAS, S.L.U. y sociedades dependientes (en adelante el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión Consolidado del Grupo.

El contenido del *EINF* incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el Anexo "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018" en el *EINF* adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión Consolidado de PRIMARK TIENDAS, S.L.U., así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores del grupo. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo con lo mencionado para cada materia en el Anexo "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018" en el *EINF* adjunto.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de PRIMARK TIENDAS, S.L.U. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y gestión de la calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluidas las normas internacionales de independencia) del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (Código de ética del IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas y procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarios aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- ▶ Reuniones con el personal del Grupo para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- ▶ Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2024 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en el apartado "Introducción", considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- ▶ Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2024.
- ▶ Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2024.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2024 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- ▶ Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

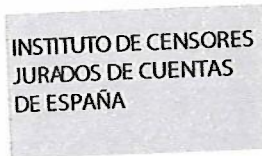


Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de agosto de 2024 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el Anexo "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018" del citado Estado.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.



ERNST & YOUNG, S.L.

ERNST & YOUNG, S.L.

Elena Fernández García

2025 Núm. 01/25/21929
SELLO CORPORATIVO: 30,00 EUR

Sello distintivo de otras actuaciones

31 de julio de 2025