

ANEXO I

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

31/08/2025

**PRIMARK TIENDAS
SLU**

Índice

- I. Introducción
 - II. Información general
 - III. Gestión de riesgos no financieros
 - IV. Cuestiones medioambientales
 - V. Cuestiones sociales y relativas al personal
 - VI. Respeto de los derechos humanos
 - VII. Cuestiones sobre la lucha contra la corrupción y el soborno
 - VIII. Información sobre asuntos societarios de la empresa
- Anexo: Índice de contenidos exigido por la Ley 11/2018

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 empresa aplica el Principio de Precaución en el diseño e implementación de sus políticas y procedimientos en materia ambiental, de salud y seguridad, de conducta empresarial y de derechos humanos. Dichas políticas incluyen la Política Ambiental, la Política de Salud, Seguridad y Bienestar del Grupo, la Política Antisoborno y Anticorrupción y el Código de Conducta para Proveedores.

Estas políticas se describen con mayor detalle a lo largo de este informe y son aplicables a Primark Tiendas.

Primark Tiendas sigue las políticas del Grupo, salvo que se especifique lo contrario, y el período de reporte de este Informe No Financiero es el ejercicio que finaliza el 31 de agosto de 2025. Con respecto al Informe No Financiero de 2024, no ha habido cambios en el perímetro de reporte.

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.

Teniendo en cuenta la evaluación de materialidad del Grupo, los temas materiales aplicables al sector retail son los siguientes:

Tema material	Sub-tema material
Nuestras personas	Salud, seguridad y bienestar Diversidad, equidad e inclusión Compromiso y desarrollo

Personas en nuestras cadenas de suministro y comunidades cercanas	Derechos humanos y laborales en nuestras cadenas de suministro Apoyo a las comunidades
Carbono y clima	Emisiones de GEI Energía y energías renovables
Agua	Uso del agua Tratamiento del agua
Residuos y embalajes	Residuos y circularidad Plásticos y embalajes
Prácticas agrícolas y ganaderas	Agricultura responsable Biodiversidad y uso del suelo Salud y bienestar animal

También mantenemos contactos periódicos con las partes interesadas a nivel de negocio, dependiendo del asunto.

Partes interesadas	Asuntos clave	Formas de compromiso
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Salud, seguridad y bienestar • Diversidad, equidad e inclusión • Coste de la vida • Cultura • Compromiso y desarrollo • Desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso diario • Correo electrónico • Ayuntamientos • Encuestas • Programas sobre salud y seguridad • Formación • Tablón de noticias • Newsletters • Intranet y sitio web
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación responsable • Sostenibilidad de la cadena de suministro • Prácticas de pago • 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/consumidores	<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 • Sitios web • Etiquetado

		<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Líneas de contacto con el consumidor • Análisis de datos de mercado
Comunidades y medioambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Mitigación y adaptación al cambio climático • Recursos naturales y economía circular • 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"> • Planes de ayuda a la energía • Tasas e impuestos comerciales • Asuntos relativos al clima y el medioambiente • Salud pública • Ayuda a los negocios y sus trabajadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones, llamadas y correspondencia • Respuesta a consultas y llamadas para recabar pruebas • Facilitación de datos/opiniones • Participación en planes de gobierno • Eventos parlamentarios • Foros del sector • Visitas sobre el terreno • Asistencia a conferencias
Accionistas e inversores institucionales	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizaciones estratégicas • Rendimiento comercial y financiero • Rentabilidad de la inversión • Ambientales, sociales y de gobernanza • Remuneración 	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncio de resultados • Comunicados de prensa • Junta General • Informe anual • Sitio web • Reuniones • Registro

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. Información general

Modelo y estrategia general de negocio

Fundada en Irlanda en 1969, Primark es hoy una cadena internacional de tiendas de moda que apuesta por ofrecer precios excelentes sin renunciar a la calidad, vendiendo moda asequible y artículos básicos para el día a día diseñados para durar. Nos basamos en la creencia y la pasión por las tiendas físicas, que contribuyen a dar vida a las calles y los centros comerciales, y a crear experiencias sociales amenas. Nos centramos en impulsar un cambio positivo al prolongar la vida útil de la ropa, proteger la vida en el planeta y apoyar los medios de vida de las personas que fabrican los productos de Primark.

- **Compramos a gran escala:** Realizamos pedidos de grandes cantidades, lo que nos permite reducir costos y ofrecer precios más accesibles. Esto también brinda a nuestros proveedores mayor certeza sobre los productos que necesitamos y cuándo, lo que les permite planificar la producción con anticipación.

- **Optamos por márgenes más reducidos:** Elegimos márgenes más bajos que muchos de nuestros competidores para ofrecer un mayor valor a nuestros clientes.

- **Priorizamos la eficiencia:** Enviamos más del 98%* de nuestros productos por vía marítima, no aérea, para reducir costos y emisiones de gases de efecto invernadero. Cada etapa de nuestra cadena de suministro, de principio a fin, está diseñada para ser lo más eficiente posible. (*Basado en toneladas por kilómetro)

- **Establecemos alianzas a largo plazo con nuestros proveedores:** La mayoría de nuestros proveedores han trabajado con nosotros durante más de siete años, pero nuestra alianza más larga supera los 24 años, lo que refleja nuestro esfuerzo por construir relaciones estratégicas, duraderas y de confianza.

- **Aprovechamos nuestra envergadura para el bien común:** Nuestro objetivo es utilizar nuestro tamaño y alcance geográfico para generar un impacto positivo a largo plazo en la industria.

- **Somos promotores del comercio local y de la comunidad:** Nos enorgullece desempeñar un papel tan importante en las calles principales; nuestras tiendas atraen clientes y dan vida a las zonas comerciales y centros comerciales locales.

Primark es una cadena internacional de tiendas que emplea a más de 83,000 empleados en 18¹ países de Europa, EE. UU. y Oriente Medio, y se centra en crear experiencias de compra excepcionales. Primark cuenta con 473² tiendas a nivel internacional y continúa expandiéndose en mercados nuevos y existentes.

Primark presenta un modelo único de negocio que ha sido refinado y perfeccionado durante los últimos 56 años. En el corazón de todo ello se asienta la asequibilidad para nuestros clientes. Tenemos un

¹ El número de mercados en funcionamiento al 31 de agosto de 2025 era 17. Primark se expandió a Kuwait en octubre de 2025

² Datos al cierre del ejercicio de ABF, el 14 de septiembre de 2025

departamento de productos centralizado, de manera que los clientes encontrarán las mismas categorías. Compramos a gran escala, lo que permite que nuestros precios sean lo más bajos posible. Y este planteamiento también se extiende a nuestro modo de operar. Nos esforzamos por reducir al mínimo los pasos entre la fábrica y el sala de ventas, 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. Y conseguimos todo esto 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 de 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 como una empresa de panadería. Desde entonces ha crecido y se ha diversificado para convertirse en un grupo internacional de alimentación, ingredientes y retail que emplea a más de 138,000 personas en 56 países.³

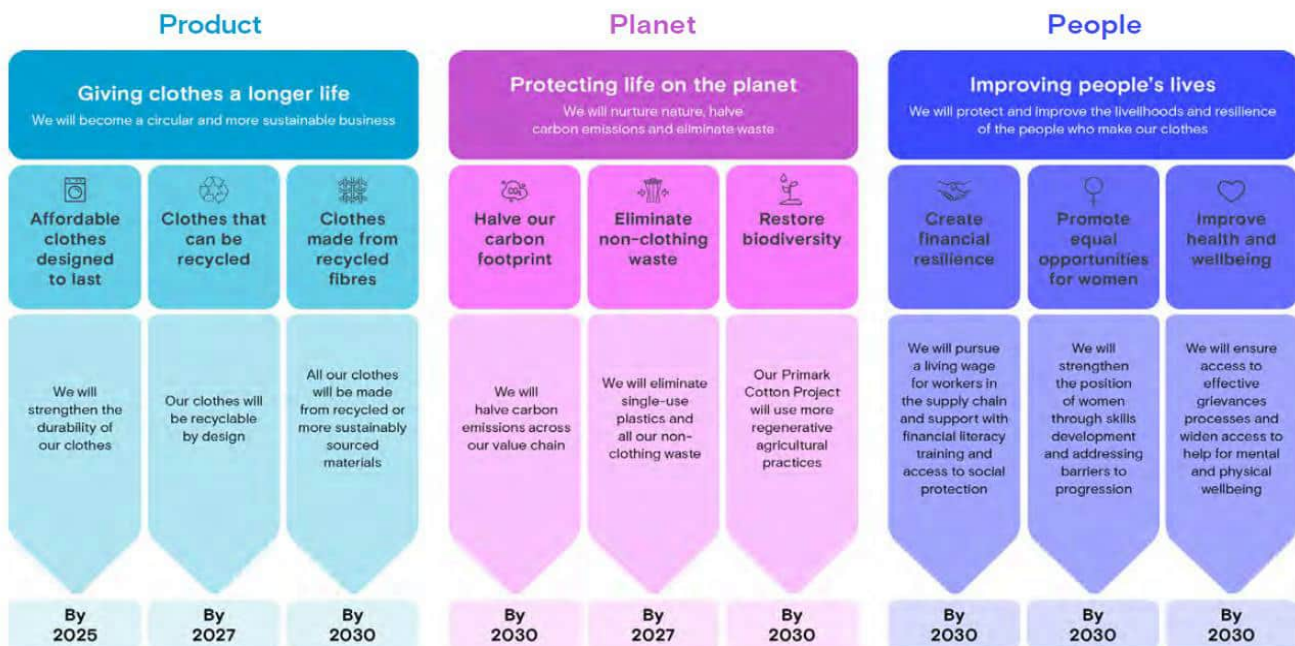
Compartimos la creencia de ABF de que actuar con responsabilidad e integridad es la única manera de construir y gestionar un negocio a largo plazo. ABF adopta un enfoque paciente y a largo plazo para impulsar el crecimiento sostenible, la generación de efectivo y la obtención de fuertes rendimientos en todas sus actividades, con el fin de crear valor para todas las partes interesadas. Esto coincide con nuestro enfoque de la sostenibilidad: nos centramos en lo que importa y en lo que podemos marcar la diferencia.

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 más amplias con la sociedad.

³ Datos al cierre del ejercicio de ABF, el 14 de septiembre de 2025

Nuestra estrategia Primark Cares

En 2021 lanzamos Primark Cares, una iniciativa basada en nuestro dilatado compromiso con el abastecimiento responsable y con la promoción de unas condiciones de trabajo justas y seguras para los trabajadores de nuestra cadena de suministro.



Primark Cares se sustenta en cuatro elementos clave:

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

Seguimos promoviendo unas condiciones de trabajo justas y seguras para los trabajadores de nuestra cadena de suministro, como establece nuestra [Política de Derechos Humanos en la Cadena de Suministro](#). Esto se sustenta en los [Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos \(UNGPs\)](#). Nuestro [Código de Conducta del Proveedor](#) traduce nuestros compromisos en materia de derechos humanos en las expectativas que tenemos de nuestros proveedores. Abarca derechos de los trabajadores tales como la libre elección del empleo, la libertad de asociación, las condiciones de trabajo seguras y los salarios. También aborda la discriminación y prohíbe todas las formas de esclavitud moderna.

Nuestra Política de Derechos Humanos en la Cadena de Suministro y nuestro Código de Conducta del Proveedor sustentan el trabajo de nuestro equipo de Sostenibilidad Medioambiental y Comercio Ético (ETES, por sus siglas en inglés), que es el responsable de gestionar la debida diligencia en materia de derechos humanos y medioambiente en nuestra cadena de suministro.

Consideramos que la transparencia es un factor clave para la trazabilidad, ya que proporciona la visibilidad necesaria para identificar todos los eslabones de la cadena de suministro de nuestros productos. Desde 2019, publicamos nuestro [mapa global](#) de abastecimiento, que incluye las fábricas de nivel uno que fabrican nuestros productos, además de mostrar el número y el género de los trabajadores de cada centro. Puede consultar más información en nuestro [sitio web](#).

III. Gestión de riesgos no financieros

La consecución de nuestros objetivos estratégicos, el crecimiento sostenible y el valor de los accionistas a largo plazo dependen de una gestión eficaz de los riesgos. La naturaleza diversificada de nuestras operaciones, nuestro alcance geográfico, nuestros activos físicos y tecnológicos y nuestras divisas son factores importantes a la hora de mitigar el riesgo de no alcanzar nuestros objetivos estratégicos. Al igual que en cualquier negocio, los riesgos y las incertidumbres son inherentes a nuestras actividades comerciales y pueden tener un impacto financiero, operativo, medioambiental y reputacional. Un enfoque estructurado del manejo de los riesgos es lo que nos permite mitigar y gestionar los riesgos y aprovechar las oportunidades cuando surgen.

Los riesgos emergentes se identifican durante el proceso general de gestión de riesgos y se consideran parte del mismo. Se pueden identificar con diferentes métodos de exploración del horizonte, entre otros: perspectivas geopolíticas, evaluaciones continuas 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 a través de la 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, (como se detalla en la sección 'Principales riesgos e incertidumbres') 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
- Comportamiento del consumidor
- Ciberseguridad
- Presiones sobre los costes
- Cambios legislativos
- Volatilidad de los precios de las materias primas

Principales riesgos e incertidumbres

- Riesgos externos

El contexto geoestratégico

Contexto e impacto potencial	Mitigación	Cambios desde 2024
Las tensiones geopolíticas siguen siendo un factor a tener en cuenta en varios países en los que operamos nosotros o nuestra cadena de suministro.	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	Si bien la volatilidad de la cadena de suministro ha disminuido y la seguridad energética se ha estabilizado, la situación geopolítica actual sigue siendo frágil. Esto podría repercutir en el coste y la disponibilidad de

<p>Por este motivo estamos expuestos a:</p> <p>las fuerzas del mercado global; las fluctuaciones en las economías nacionales; los conflictos internacionales; el molestar social; los regímenes arancelarios inciertos; y la legislación en constante evolución. Si no los reconocemos y respondemos a ellos adecuadamente, la rentabilidad de nuestras operaciones podría verse afectada de forma directa. La incertidumbre geopolítica sigue siendo elevada debido a la continuidad de la guerra en Ucrania, la escalada del conflicto en Oriente Próximo, los focos de inestabilidad social en el sudeste asiático y los retos económicos subyacentes que generan incertidumbre en torno a los aranceles y la fiscalidad.</p> <p>Riesgos específicos actuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primark ostenta una compleja cadena de suministro que depende de países como China, Bangladés e India; y existen diversos requisitos de información reglamentaria que tienen repercusiones en los costes y recursos, como los relacionados con el medioambiente, los aspectos sociales, el cumplimiento de las normas sobre productos, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo. • Los diversos requisitos de información reglamentaria, incluidos los relacionados con el medioambiente, los aspectos sociales, el 	<p>naturaleza. Sin embargo, nuestro negocio cuenta con planes detallados de contingencia 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, al mismo tiempo que 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 mismas, mantener la producción y ofrecer un suministro seguro a los consumidores. 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 llevamos a cabo rigurosas comprobaciones. Nuestro marco de control financiero y las políticas fiscales y de tesorería adoptadas por la Junta exigen que todas las empresas cumplan plenamente con las leyes locales pertinentes. Se han hecho provisiones para problemáticas conocidas en base a la interpretación realizada por los equipos de gestión de las leyes fiscales intrínsecas de cada país y casos e investigaciones de la UE sobre leyes fiscales y sus posibles resultados.</p>	<p>materias primas y productos básicos. Nuestros equipos de compras siguen colaborando estrechamente con los proveedores para mantener un funcionamiento eficaz en nuestras cadenas de suministro. 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. Seguimos siendo conscientes de las sensibilidades culturales de los entornos en los que operamos y hemos continuado invirtiendo en el desarrollo y mantenimiento de relaciones adecuadas con los gobiernos locales. El panorama económico mundial sigue siendo difícil, con muchos países en los que operamos en riesgo de recesión y estancamiento, entre ellos China, Estados Unidos y Europa occidental. Los presupuestos de los hogares siguen enfrentándose a presiones reales y la confianza de los consumidores sigue siendo baja en varios mercados clave. No obstante, llevamos a cabo un seguimiento continuo de la situación y hasta el momento no ha habido repercusiones importantes para nuestro negocio.</p>
--	---	--

<p>cumplimiento de las normas sobre productos, la seguridad alimentaria y de los piensos, y la salud y la seguridad en el lugar de trabajo, tienen repercusiones en términos de costes y recursos.</p>		
--	--	--

Riegos operativos

Salud y seguridad en el lugar de trabajo

Contexto e impacto potencial	Mitigación	Cambios desde 2024
<p>Nuestras operaciones tienen el potencial de causar pérdida de vidas o afectar la salud de empleados y contratistas, tanto dentro como fuera de nuestras instalaciones, si los peligros y los riesgos asociados no se controlan completamente.</p>	<p>La seguridad, la salud y el bienestar de nuestros empleados y contratistas sigue siendo una de nuestras principales prioridades. Los jefes ejecutivos de cada negocio, que predicamos con el ejemplo, son los responsables del funcionamiento de sus negocios. Nuestra Política de Salud, Seguridad y Bienestar, actualizada en noviembre de 2023, 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. Cada año contratamos a auditores externos independientes para que revisen todas nuestras instalaciones, con el fin de fomentar una cultura de mejora continua en los procesos de gestión de riesgos. Nuestros auditores externos proporcionan informes periódicos y se difunden las lecciones aprendidas tras cualquier incidente que se produzca.</p> <p>Se comparten en toda la empresa guías de buenas prácticas e instrumentos para complementar la ejecución de los programas propios. Las guías abordan riesgos críticos relacionados con las</p>	<p>Primark ha seguido considerando la salud y la seguridad una prioridad fundamental y ha introducido numerosas mejoras a lo largo del año.</p> <p>Consideramos inaceptable cualquier pérdida de vidas humanas en nuestras operaciones. Nuestro compromiso es que todos nuestros empleados y contratistas regresen a casa sanos y salvos, en las mismas condiciones en las que llegaron.</p> <p>En España, este año ocurrió un incidente que afectó a un conductor de reparto contratado que perdió trágicamente la vida en un accidente de tráfico.</p> <p>Tras este trágico suceso, nuestra prioridad fue asegurar el apoyo a la familia y a los colegas. Se realizó una investigación exhaustiva de la causa.</p>

	interacciones con vehículos en movimiento, caídas de personas y materiales desde altura, la seguridad de la maquinaria, los espacios confinados, la seguridad eléctrica y la gestión de 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 2024
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 a través de 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.

Brechas de seguridad informática y de información

Contexto e impacto potencial	Mitigación	Cambios desde 2024
El panorama de los riesgos de ciberseguridad ha seguido evolucionando, con amenazas cada vez más sofisticadas, organizadas y agresivas, que este año se han centrado en sectores concretos, como el comercio minorista. 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 y/o la pérdida de confianza de los clientes. Este riesgo creciente requiere actividades de mejora continua por parte de nuestros equipos de ciberseguridad para	Nuestra cultura general de ciberseguridad es establecida por el Grupo y se transmite a toda la organización. Mantenemos la vigilancia con un programa continuo de inversión tanto en controles como en tecnología y personal para potenciar la longevidad de nuestros entornos informáticos. Esta inversión continua incluye el control y la protección de los entornos informáticos y de fabricación. Nuestros equipos de ciberseguridad supervisan continuamente nuestro escenario de amenazas y la eficacia de nuestros controles, desarrollando planes de implementación tanto generales como específicos para garantizar que	Primark se ha mantenido alerta, ya que seguimos siendo objeto de ataques por parte de actores maliciosos cada vez más sofisticados. En respuesta a la continua evolución de los riesgos y prestando especial atención a los ataques dirigidos al sector minorista durante este año, hemos establecido un programa de trabajo para mejorar aún más nuestros controles de seguridad básicos, la higiene y la resiliencia, así como nuestro enfoque de respuesta y recuperación ante incidentes. También hemos actualizado nuestra estrategia cibernética, lo que supondrá un

<p>gestionar nuestra exposición permanente al riesgo, así como por parte de nuestros equipos ejecutivos, tecnológicos y operativos para garantizar la resiliencia y la continuidad del negocio.</p>	<p>contamos con controles adecuados al nivel de riesgo de nuestras empresas. Además, nuestros equipos implementan y supervisan herramientas para garantizar que las operaciones de seguridad sean eficaces y eficientes. Seguimos mejorando nuestra cultura de la seguridad mediante 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. Además, trabajamos con especialistas en seguridad independientes que realizan pruebas de penetración periódicas. Hemos establecido políticas, tecnologías y procesos de seguridad informática, todos ellos sometidos a auditorías internas periódicas.</p>	<p>aumento de la inversión en nuestros equipos y capacidades de ciberseguridad durante los próximos años.</p>
---	---	---

Nuestra cadena de suministro y nuestras prácticas comerciales éticas

Contexto e impacto social	Mitigación	Cambios desde 2024
<p>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, los lugares de fabricación y las condiciones laborales; - la vulnerabilidad inherente de los trabajadores; y - Mantener la coherencia del enfoque en la debida diligencia en materia de derechos humanos y adoptar, según corresponda, las medidas necesarias para identificar, prevenir y mitigar los impactos sociales negativos que puedan surgir. 	<p>Los procesos que implementa la compañía para gestionar la debida diligencia en la cadena de suministro son fundamentales para identificar, prevenir y mitigar adecuadamente cualquier impacto sobre los derechos humanos. Esta debida diligencia exige que nuestras empresas comprendan los problemas específicos de los trabajadores dentro de sus respectivas cadenas de suministro y, cuando proceda, de las comunidades en las que residen. De acuerdo con nuestro Código de Conducta del Proveedor, prohibimos todas las formas de esclavitud moderna, incluidos el trabajo forzoso y la trata de personas. Para más información, consulte nuestra Declaración de Esclavitud Moderna 2025 aquí.</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>

	<p>Nuestro Código de Conducta del Proveedor establece los requisitos esenciales de una conducta empresarial responsable desde la perspectiva de las normas laborales de la cadena de suministro, así como de las buenas prácticas empresariales y de gestión medioambiental. Primark está obligada a aplicar este código en sus relaciones con los proveedores. El código se basa en el trabajo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de las Naciones Unidas, así como en el Código Básico de la Iniciativa de Comercio Ético del Reino Unido.</p> <p>Ofrecemos módulos de formación online sobre el código para facilitar la sensibilización interna en todo el Grupo y promover su conocimiento entre los proveedores.</p> <p>Primark es miembro de la Iniciativa de Comercio Ético y también es reconocida 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 la Política de Derechos Humanos en la Cadena de Suministro de Primark explicamos nuestro enfoque de la debida diligencia. Puede acceder a ella aquí.</p> <p>Primark publica mapas globales de aprovisionamiento y proporciona información sobre sus procesos, avances y retos a través de informes corporativos, sitios web, actividades donde participan las partes interesadas y evaluaciones comparativas de referencia.</p>	
--	---	--

Uso de nuestros recursos naturales y gestión de nuestro impacto medioambiental

Contexto e impacto social	Mitigación	Cambios desde 2024
<p>Primark depende de una serie de recursos naturales para facilitar sus productos. Nuestro impacto medioambiental se deriva de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - el uso de energía y combustible; - las operaciones agrícolas que generan emisiones de gases de efecto invernadero (GEI); - 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>Primark sigue estableciendo indicadores clave de rendimiento (KPI) relevantes para cuantificar los resultados de nuestros esfuerzos por reducir nuestro impacto medioambiental. También seguimos reforzando nuestros procesos de gestión de datos existentes para facilitar la presentación de informes con datos sólidos a nivel de Grupo. 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>Seguimos estableciendo objetivos relacionados con el clima en base en nuestros riesgos materiales. Los objetivos de reducción de GEI establecidos por Primark han sido validados por la Iniciativa de los Objetivos Basados en la Ciencia (SBTI, por sus siglas en inglés).</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>A nivel agrícola y ganadero, nuestros negocios apoyan una amplia gama de intervenciones medioambientales. Estas abarcan diferentes modelos de gestión agrícola, incluida la producción ecológica certificada, normas para promover la biodiversidad, la colaboración con pequeños agricultores en mercados en desarrollo y la adopción de sistemas de gestión agrícola basados en unas prácticas de</p>	<p>Consulte el apartado Medioambiente para más información sobre el rendimiento medioambiental de la compañía.</p> <p>Como en años anteriores, Primark España se adhiere y está alineada con el Plan de transición del Grupo.</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 2025 y el sitio web de ABF.</p>

	<p>gestión agrícola más sostenibles.</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 esta extrae para sus propias operaciones.</p> <p>Como parte del proyecto de algodón sostenible de Primark (Primark Cotton Project), formamos a agricultores en métodos destinados a aumentar el rendimiento del algodón y a reducir los insumos, incluido el uso de agua, pesticidas químicos y fertilizantes.</p>	
--	--	--

Impacto del cambio climático y los desastres naturales en nuestras operaciones

Contexto e impacto social	Mitigación	Cambios desde 2024
<p>Las cadenas de suministro de Primark 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. El cambio climático sigue representando un riesgo material en toda nuestra cadena de suministro y plantea ciertos retos a algunos de nuestros negocios.</p> <p>El cambio climático a largo plazo afectará a los cultivos agrícolas, mientras que los fenómenos meteorológicos extremos pueden perturbar las cadenas de suministro y las operaciones. El estrés térmico causado por el cambio climático tanto en los empleados como en los trabajadores de la cadena de suministro también supone un reto cada vez mayor.</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 este año. 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 ABF.</p>

IV. Cuestiones medioambientales

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.

En Primark, creemos que nuestro negocio debe prosperar de una manera que proteja el planeta y las generaciones futuras.

Seguimos trabajando para mejorar nuestras emisiones, reducir los residuos y promover el uso de prácticas agrícolas más regenerativas por parte de los agricultores del Primark Cotton Project. Más allá de todo esto, estamos apoyando a nuestros proveedores para que utilicen el agua de forma responsable y fomentando una gestión más sostenible de los productos químicos.

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, seguimos actuando en otras áreas, como la gestión sostenible del agua y la gestión sostenible de productos químicos. Nuestras iniciativas de sostenibilidad ambiental se centran en toda nuestra cadena de suministro de productos, desde la producción de las materias primas hasta los recursos utilizados en la fabricación y las perchas de nuestras tiendas. En Primark, contamos con un equipo global de especialistas ambientales responsables de impulsar iniciativas en toda la empresa. Además de buscar la mejora de nuestras propias operaciones, trabajamos en las regiones de fabricación de nuestra cadena de suministro y colaboramos con las fábricas de nuestros proveedores para apoyar su mejora.

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. Nuestra Política 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 varía 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 están en entornos urbanos, no solemos tener problemas al respecto.

A lo largo del ejercicio fiscal 2024/2025 recibimos una reclamación medioambiental en España (al igual que el ejercicio fiscal 2023/2024). En el ejercicio fiscal 2024/2025 no recibimos ninguna sanción medioambiental, ni tampoco en el ejercicio fiscal 2023/2024.

Reducir a la mitad la huella de carbono global de Primark

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. Nuestro objetivo de carbono engloba los compromisos que hemos asumido a través de:

- Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática de la UNFCCC
- Science Based Targets initiative (SBTi)
- [Pacto UK Textiles](#) (antes iniciativa Textiles 2030 de WRAP)

Primark ha establecido un sistema integral de gobernanza en materia de ESG, que incluye el cumplimiento de los compromisos de su estrategia Primark Cares, alineada con su plan de transición a medio plazo. Primark Tiendas sigue el mismo sistema que Primark. En 2021, Primark lanzó su estrategia Primark Cares, basada en el programa de Comercio Ético y Sostenibilidad Ambiental (ETES). En el marco de esta estrategia, Primark ha establecido una serie de compromisos públicos hasta 2030, destinados a apoyar nuestra transición hacia una economía con bajas emisiones de carbono.⁴ Puede encontrar más información sobre el Plan de Transición de Primark en la página web de [ABE](#), incluyendo las emisiones completas de la cadena de valor de Primark. Los detalles sobre las emisiones de Alcance 1 y Alcance 2 en España se detallan a continuación, en la sección de Medio Ambiente.

Huella de carbono de Primark y hoja de ruta hasta 2030

2018-2022

(Fase uno: Desarrollo)

En 2018, desarrollamos una estrategia energética con el objetivo de reducir la demanda de energía de nuestras propias operaciones.

En 2021, anunciamos nuestro objetivo Primark Cares 2030 de reducir a la mitad las emisiones en nuestras operaciones y cadena de suministro con respecto a 2018/19.

Dado que no poseemos ninguna fábrica en nuestra cadena de suministro de productos destinados a la reventa, donde se produce el 72% de nuestras emisiones de referencia, nos centramos en iniciativas para impulsar la eficiencia de los proveedores y reducir sus costes. Para ello apostamos por la realización de proyectos piloto a pequeña escala y por la colaboración con organismos industriales y terceros para establecer una hoja de ruta viable para la descarbonización.

⁴ Según lo indicado en la Guía TCFD sobre Métricas, Objetivos y Planes de Transición.

2023-2025

(Fase dos: Piloto mejorado)

Tras identificar los mecanismos de descarbonización sobre los que podemos influir, hemos dedicado los últimos dos años a poner a prueba nuestras iniciativas a una escala suficiente para determinar cómo podemos causar sobre nuestra cadena de suministro el mayor impacto posible con nuestro apoyo a su descarbonización, además de mejorar la calidad de nuestros datos sobre emisiones. Para lograr un impacto significativo, es fundamental ir más allá de los programas piloto a pequeña escala, ya que mitigar el alcance de las emisiones de alcance 3 requiere un compromiso más amplio y profundo.

La fase dos concluye este año. Junto con los programas de eficiencia de recursos y energías renovables implementados en nuestra cadena de suministro de productos destinados a la reventa, la fase dos nos ha proporcionado valiosos conocimientos que nos servirán de base para la estrategia de la fase tres y para planificar cómo lograr una reducción del impacto a gran escala.

2026-2030

(Fase tres: Escalada)

Al concluir la fase dos de nuestro programa de descarbonización, tenemos previsto utilizar todo lo aprendido en estas iniciativas para remodelar nuestros proyectos y lograr un impacto a mayor escala.

Nuestro objetivo es continuar con nuestra estrategia de descarbonización, centrándonos en las áreas en las que podemos tener un impacto más significativo tanto para nuestro negocio como para el sector en general. Detallamos una hoja de ruta más exhaustiva en nuestro [Plan de Transición](#) anual.

Huella de carbono de Primark en 2024/25⁵

Las emisiones totales en toda nuestra cadena de valor de Primark disminuyeron un 5,7 % este año con respecto a nuestro valor base⁶, según se muestra en la tabla a continuación. Las emisiones de Alcance 1 y Alcance 2 de España se detallan más adelante en este informe.

	Año de referencia 2018/19	Año pasado 2023/24	Año actual 2024/25	Variación con año pasado	Variación con año de referencia
Categoría del Protocolo GEI	tCO ₂ e	tCO ₂ e	tCO ₂ e	%	%
Alcance 1	20,602	23,154	18,326	-21%	-11%
Alcance 2 (basado en la ubicación)	139,841	85,406	86,598	1%	-38%

⁵ Cifras correspondientes a Primark a 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el [Primark S&E Report](#)

⁶ Las cifras de Alcance 2 para el periodo 2018/19 a 2021/22 representan emisiones basadas en la ubicación. Para la presentación de informes sobre el cumplimiento de los objetivos, Primark ha estado monitorizando las emisiones de Alcance 2 (basadas en el mercado) desde 2022/23.

Alcance 2 (basado en el mercado)	-	53,795	28,375	-47%	-80%
Alcance 1 y 2 (basado en el mercado)	160,443	76,949	46,701	-39%	-71%
Alcance 3	6,246,005	6,210,586	5,993,349	-3,5%	-4,0%
TOTAL emisiones GEI (Alcance 1, 2 (mercado) y 3)	6,406,448	6,287,535	6,040,050	-3,9%	-5,7%

Esta reducción se debe principalmente a dos factores. El más significativo es el aumento de los datos que recibimos de las fábricas de nuestra cadena de suministro como resultado de nuestro programa de trazabilidad y nuestras iniciativas medioambientales. Estos datos muestran un menor impacto de carbono en comparación con los datos de referencia del sector, en los que nos basábamos anteriormente. El segundo son reducciones cuantificables en aquellas partes de nuestra cadena de suministro en las que tenemos un alto grado de influencia, como en el nivel uno de la misma y en la logística de entradas.

Reducción de las emisiones de nuestras operaciones de Primark (Alcance 1 y 2)

Primark se ha fijado el objetivo de alcanzar, para 2030, el 100% de la electricidad de fuentes renovables en las emisiones de alcance 2, en línea con la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática (FICCA).

Alcance: Emisiones generadas por fuentes propias o bajo control mediante el funcionamiento de nuestras tiendas, oficinas y almacenes de distribución.

Impacto: <1% de nuestra huella de carbono total (2024/25)

Objetivos:

- reducir las emisiones globales de GEI de Alcance 1 y 2 de Primark en un 50 % para 2030 a partir del año base 2018/19 (compromiso de Primark Cares y objetivo validado por SBTi).
- 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 (objetivo de la CMNUCC y FICCA).

Rendimiento y acciones clave de Primark en 2024/25

Por segundo año consecutivo, hemos superado el umbral de nuestro objetivo validado por SBTi para 2030 de mantener las emisiones globales de alcance 1 y 2 (basadas en el mercado)⁷ al menos un 50% por debajo de las

⁷ Las emisiones de alcance 2 para el año de referencia 2018/19 se calcularon utilizando el método basado en la ubicación, que utiliza factores de emisión promedio de la red específicos para cada ubicación. Dado que Primark no adquiría energía renovable o baja en carbono en ese momento, se considera una metodología adecuada para establecer el impacto de referencia. Para 2024/25, los datos se analizan según el método basado en el mercado, y tienen en cuenta los contratos energéticos de Primark y sus factores de emisión asociados. Consideramos que este es un método de cálculo más preciso

registradas en nuestro año de referencia 2018/19, habiendo alcanzado una reducción del 71%⁸ en emisiones (basadas en el mercado). Mantener esta reducción puede resultar difícil a corto plazo debido a nuestro continuo crecimiento y a los retos que plantea la adquisición de energía renovable en algunos de nuestros mercados. Una parte importante de nuestro crecimiento se centrará en el mercado estadounidense en los próximos años. Debido a su naturaleza no regulada, las fuentes de energía pueden ser difíciles de descarbonizar a nivel local y estatal. Estamos investigando activamente oportunidades para continuar con nuestra adquisición de energía renovable con socios y proveedores regionales, caso por caso.

Adquisición de energía renovable y baja en carbono de Primark

El 76%⁹ de la electricidad utilizada en nuestras operaciones procedía de energías renovables en 2024/25, frente al 64% del año pasado. Consulte las tablas siguientes para obtener detalles relacionados con el consumo de electricidad renovable en España.

La mayor parte se adquirió a la red mediante certificados de energía renovable (REC) que cumplen los estrictos criterios de RE100, la iniciativa empresarial global de energía renovable. Como resultado, nuestras emisiones de alcance 2 basadas en el mercado (conforme a nuestras decisiones reales de compra de energía) son inferiores a nuestras emisiones basadas en la ubicación (conforme a la intensidad media de la red), lo que ofrece una imagen más precisa de la situación.

Siempre que sea posible, estamos estudiando la posibilidad de suscribir contratos de compraventa de energía (PPA), ya que estos permiten financiar indirectamente una mayor capacidad energética de carácter renovable. Mientras trabajamos para alcanzar este objetivo de compra a largo plazo, hemos estado negociando con los propietarios la posibilidad de incorporar fuentes de energía renovable en nuestras tiendas y almacenes.

Mejora de la eficiencia energética en las tiendas Primark

Primark ha puesto en marcha un proyecto plurianual para renovar todas sus tiendas instalando iluminación led. En julio de 2025, el proyecto abarcaba 323 tiendas, con un ahorro medio de electricidad del 35%, en comparación con los niveles previos a su implementación.

Seguimos buscando maneras de introducir mayores mejoras de eficiencia energética para reducir nuestra huella de carbono sin que esto afecte a la experiencia de compra. Todas nuestras tiendas y centros de distribución cuentan con la certificación ISO 50001, el estándar mundialmente reconocido de sistemas de gestión energética.

Este año, continuamos desarrollando nuestra red de Campeones de la Energía en toda la propiedad de Primark, con cientos de colegas ahora capacitados para reducir el consumo de energía en las tiendas.

y que puede reflejar la mejora lograda en cuanto al rendimiento de las emisiones gracias a la adquisición de energía renovable.

⁸ Cifras a nivel de Primark a 31 de julio de 2025

⁹ Cifras a nivel de Primark a 31 de julio de 2025

Durante el ejercicio fiscal 2024/2025 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).

Este proyecto ya se ha completado en España y todas las nuevas tiendas están equipadas con bombillas LED de bajo consumo.

Primark cuenta con un equipo dedicado responsable de gestionar cuestiones medioambientales. Primark no tiene provisiones ni garantías medioambientales para el ejercicio fiscal 2024/2025 ni para el ejercicio fiscal 2023/2024.

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2024/2025 – Consumo de energía / Emisiones GEI:¹⁰

Energía	Total	Unidades
Consumo eléctrico	66,262,191	kWh
- Renovable	62,949,081	kWh
- No Renovable	3,313,110	kWh
% de electricidad renovable	95	%
Consumo de diésel	178	Litros
Gasoil	426,425	kWh

Emisiones GEI	Equivalente a toneladas de CO ₂ ¹¹
Alcance 1	141
Alcance 2 – basado en el mercado	938
Alcance 2 – basado en la ubicación	7,289

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

Energía	Total	Unidades
Consumo eléctrico	66,969,444	kWh
- Renovable	64,290,666	kWh
- No Renovable	2,678,778	kWh
% de electricidad renovable	96	%
Consumo de diésel	466	Litros
Gasoil	335,900	kWh

10. Datos a 31 de julio de 2025. Más información al respecto en el informe anual de ABF, disponible [aquí](#)

¹¹ Cifras calculadas con factores MITECO – Utilizando estos factores de emisión para España los GEI se han mantenido en línea con el año anterior.

Emisiones GEI	Equivalente a toneladas de CO2 ¹²
Alcance 1	123
Alcance 2 - basado en el mercado	758
Alcance 2 - basado en la ubicación	6,697

*Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2024/2025 – Gases refrigerantes:*¹³

Descripción	Recarga (Kg)	Tipo
Gas refrigerante	691	R410A

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

Descripción	Recarga (Kg)	Tipo
Gas refrigerante	403	R410A

Reducción de las emisiones en nuestra cadena de valor de Primark (alcance 3)

A destacar en 2024/25

- Reducción del 4% de las emisiones totales de alcance 3 con respecto al año de referencia, 2018/19.
- 97 fábricas incorporadas a nuestro programa de eficiencia de recursos.
- Reducción del 39% de las emisiones del transporte aguas arriba (alcance 3, categoría 4) con respecto a 2018/19.

Alcance: Emisiones en nuestra cadena de valor que no controlamos directamente, especialmente las relacionadas con la fabricación de nuestros productos por parte de los proveedores, el transporte de mercancías desde nuestras regiones de abastecimiento hasta nuestros almacenes y la forma en que los consumidores desechan nuestros productos.

Impacto: >99% de nuestra huella de carbono total (2024/25)

Objetivo: Reducir las emisiones absolutas de GEI de alcance 3 procedentes de bienes y servicios adquiridos en un 50% para 2030 con respecto a 2018/19 (objetivo validado por SBTi).

Nuestro rendimiento en 2024/25

Nuestras emisiones totales de alcance 3 se redujeron un 3.5% este año y disminuyeron un 4% con respecto a nuestra referencia de 2018/19. Las emisiones de alcance 3 y categoría 1, el grueso de nuestro objetivo de

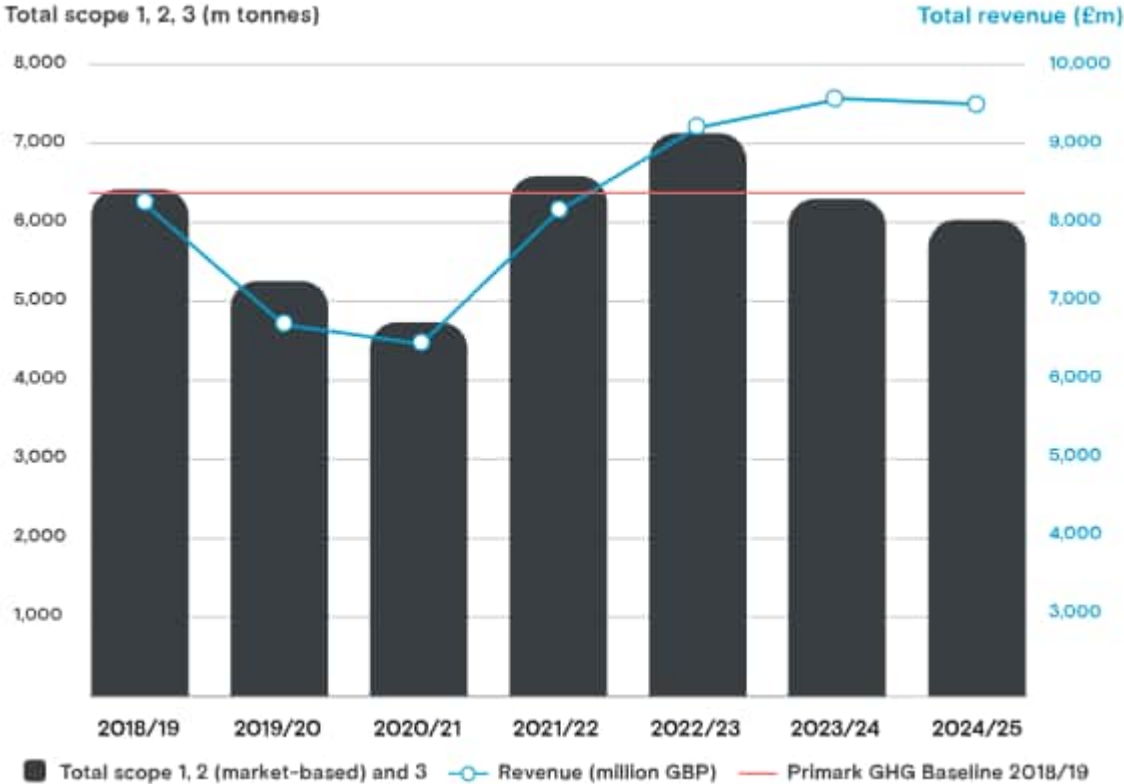
¹² Cifras calculadas utilizando factores del MITECO

¹³ Datos a 31 de julio de 2025. Más información al respecto en el informe anual de ABF, disponible [aquí](#)

alcance 3 validado por SBTi, se redujeron un 5% con respecto al año pasado, pero aumentaron un 2% con respecto al año de referencia.¹⁴

Al concluir la fase dos de nuestro trabajo de descarbonización, nuestros programas de participación en la cadena de suministro y de descarbonización están empezando a dar resultados modestos, pero positivos. Este año hemos aumentado significativamente la cantidad de datos de emisiones recibidos de nuestros proveedores, lo que nos ha permitido obtener cifras más precisas sobre el impacto en nuestra cadena de suministro, tanto en proveedores de nivel uno como de nivel dos, lo que ha dado lugar a un cálculo del alcance 3 más preciso. Estos datos primarios mejorados mostraron que las áreas clave de nuestra cadena de suministro tienen impactos de carbono inferiores a las medias del sector, que eran las cifras que habíamos utilizado anteriormente.

Sin embargo, seguimos basándonos en los factores de emisión medios del sector para calcular nuestras emisiones de alcance 3, y las limitaciones de los datos resultantes deben tenerse en cuenta a la hora de interpretar nuestro rendimiento. Estamos analizando detalladamente la influencia que las fuentes de datos utilizadas para nuestros cálculos han tenido en los cambios producidos en nuestra huella global.



¹⁴ Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe [S&E de Primark](#).

Categoría del Protocolo GEI ¹⁵	Año de referencia 2018/19	Año pasado 2023/24	Año actual 2024/25	Variación con año pasado	Variación con año de referencia
	tCO2e	tCO2e	tCO2e		
Cat. 1: Bienes y servicios adquiridos	4,771,324	5,138,034	4,880,656	-5%	2%
Cat. 2: Bienes de capital	123,393	115,174	101,472	-12%	-18%
Cat. 3: Combustibles y actividades relacionadas con la energía	34,904	20,401	21,382	5%	-39%
Cat. 4: Transporte aguas arriba	506,663	289,054	310,130	7%	-39%
Cat. 5: Residuos generados en las operaciones	4,297	4,468	6,589	47%	53%
Cat. 6: Viajes de negocios	10,573	8,618	5,333	-38%	-50%
Cat. 7: Desplazamientos al puesto de trabajo	-	2,818	5,482	N/A	N/A
Cat. 11: Uso de productos vendidos	756,260	576,106	607,428	5%	-20%
Cat. 12: Fin de la vida útil	38,591	35,055	36,444	4%	-6%
Cat. 13: Activos arrendados aguas abajo	-	20,857	18,433	N/A	N/A
Total	6,246,005	6,210,586	5,993,349	-3.5%	-4%

Categoría 1: Bienes y servicios adquiridos

Nuestro trabajo de reducción de emisiones se centra en colaborar con los proveedores que fabrican nuestros productos. También estamos alineando nuestras estrategias de abastecimiento de materiales y productos circulares con nuestros objetivos de reducción de emisiones.

Establecimiento de objetivos de reducción de carbono con los proveedores

Este año hemos endurecido nuestros requisitos para que nuestros 100 principales proveedores (que representan cerca del 80% de nuestro volumen de producción) establezcan sus propios objetivos de reducción de emisiones GEI de alcance 3 y se comprometan a eliminar el carbón para 2030. También les hemos pedido que nos informen sobre los avances que han hecho en cuando a los objetivos de reducción de GEI basados en datos científicos que les pedimos que establecieran el año pasado, tanto en las fábricas

15. Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe [S&E de Primark](#).

propias como en las contratadas de nivel uno y nivel dos. Seguimos colaborando con aquellos proveedores que no establecieron objetivos ni cumplieron todos los criterios, lo que supone aproximadamente la mitad de nuestros 100 principales proveedores. Por otra parte, las respuestas que recibimos reflejaron el minucioso trabajo que algunos proveedores han realizado por su cuenta en relación con sus emisiones de alcance 3. Por todo ello, reconocemos que debemos seguir mejorando nuestra estrategia de colaboración con los proveedores para alcanzar nuestros ambiciosos objetivos.

La alineación con nuestros proveedores en materia de objetivos de descarbonización es una oportunidad perfecta para debatir estrategias, crear hojas de ruta compartidas y desplegar y ampliar de forma eficaz nuestros programas de apoyo (véase el Resource Efficiency Programme de Primark más abajo). Asimismo, ofrece una oportunidad para la alineación en materia de datos y presentación de informes, lo que facilitará el cumplimiento de la legislación futura.

Programa de Eficiencia de Recursos

Durante los últimos tres años, hemos evaluado un total de 97 fábricas en Bangladés, China e India como parte del Resource Efficiency Programme de Primark. Se trata de una iniciativa integral, en colaboración con consultores externos, cuyo objetivo es identificar la forma en la que nuestros proveedores pueden utilizar la energía, el agua y los productos químicos de manera más eficiente, a fin de reducir sus emisiones de carbono y sus costes.

El trabajo realizado durante el último año se ha centrado en utilizar lo aprendido hasta la fecha para buscar soluciones escalables, al mismo tiempo que trabajamos para cumplir el objetivo de carbono de Primark para 2030. Esto ha implicado visitas a las instalaciones y la elaboración de informes, así como el establecimiento de planes a largo plazo con las fábricas para seguir avanzando una vez finalizado el proyecto.

El programa ha identificado un importante potencial para reducir las emisiones GEI y el consumo de agua, lo que nos servirá de base para modificar y desplegar el programa durante los próximos cinco años.

Apoyo a los proveedores para que se pasen a las energías renovables

Seguimos apoyando a los proveedores para que se pasen a la electricidad renovable, proporcionándoles asesoramiento y poniéndolos en contacto con programas de terceros. Este enfoque se ha creado a raíz de las conclusiones de un proyecto de compra colectiva de energía solar en Tamil Nadu (India), donde descubrimos que ofrecer orientación sobre la disponibilidad de soluciones renovables era el enfoque más eficaz para las fábricas con las que trabajamos.

Hemos desarrollado esta estrategia en China, donde hemos elaborado un estudio en colaboración con el Centro de Información Textil de China y la consultora energética AFRY para evaluar la viabilidad de invertir de forma directa en energías renovables para la descarbonización de la industria textil. El estudio, que también hemos copatrocinado junto con HSBC y el Fondo Climático de China, identificó opciones de compra fiables y viables desde el punto de vista financiero en seis provincias chinas. Esto permitirá a nuestros proveedores de estas regiones tomar decisiones más informadas sobre la adquisición de electricidad renovable.

Transporte aguas arriba (categoría 4)

Al igual que la mayoría de los distribuidores internacionales, obtenemos nuestros productos de 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.

Uso de biocombustible para el transporte de nuestros productos

Este año, aproximadamente el 19% de nuestro transporte marítimo desde las regiones de abastecimiento se realizó en buques que utilizan una mezcla de biocombustible, una alternativa más sostenible al diésel. Esto ha sido posible gracias a nuestra larga colaboración con el proveedor logístico [Maersk](#), que ha desarrollado Eco Delivery Ocean, un biocombustible elaborado a partir de aceite de cocina usado, biomasa reciclada y otros residuos que no pueden utilizarse en otras aplicaciones. La mezcla de combustible emite aproximadamente un 40% menos de gases de efecto invernadero que el diésel, lo que se traduce en una reducción de 15,242 tCO₂e de nuestras emisiones por transporte marítimo durante los 12 meses de contrato.

Abordar las emisiones del transporte por carretera

<https://www.maritimetransport.com/>

En España, durante el ejercicio fiscal 2024/2025, llevamos la mercancía a 16 de nuestras tiendas con camiones de GNL en cumplimiento de la legislación vigente, lo que equivale al 3% de todas nuestras entregas del año e incluye todas las tiendas de Barcelona, Valencia, Bilbao y Madrid. Esto ha supuesto una reducción de más de 1,050 toneladas de CO₂e y ha eliminado de la carretera más de 926.408 kilómetros de uso de diésel.

Uso de nuestros productos vendidos (categoría 11)

Primark sigue explorando el potencial de descarbonización de otras iniciativas en el marco de la estrategia Primark Cares, entre las que se incluyen el diseño circular y la prolongación de la durabilidad de nuestras prendas.

Gestión del riesgo climático de Primark

Durante el último año, hemos iniciado una evaluación de los riesgos materiales que el cambio climático supone para nuestro negocio, según una serie de escenarios de calentamiento global.

También estamos explorando las mejores estrategias para integrar la gestión del riesgo climático en nuestro enfoque estratégico, a fin de reforzar nuestra resiliencia a largo plazo. Tenemos previsto continuar y ampliar estas actividades el próximo año, y ABF sigue divulgando información a nivel agregado de Grupo en el marco del [TCDF \(Grupo de Trabajo sobre Divulgación de Información Financiera relacionada con el Clima\)](#).

Comprender el impacto medioambiental de las fábricas de los proveedores

Higg FEM

Cada año, las fábricas que representan aproximadamente el 80% de la capacidad de Primark son invitadas a completar el módulo medioambiental de instalaciones de Higg, reconocido internacionalmente, para evaluar su rendimiento en materia de energía, agua, residuos y productos químicos.

Este año, 1,547 centros han realizado sus autoevaluaciones Higg FEM. De ellos, 1,152 han completado su autoevaluación, obteniendo una puntuación media de 59. Analizar estas puntuaciones permite a las fábricas y a nosotros mismos identificar posibilidades de mejora.

Índice CITI de China

Cada año, sometemos nuestra cadena de suministro china al índice de transparencia de la información corporativa de la cadena de suministro ecológica (CITI, por sus siglas en inglés). Utilizando datos gubernamentales y datos públicos sobre las marcas, este índice las evalúa en función de la gestión medioambiental de sus cadenas de suministro en el país. El Instituto de Asuntos Públicos y Medioambientales de China [publica anualmente](#) los resultados desde 2014.

Primark mejoró su puntuación CITI en 2024, situándose en el sexto puesto de 125 empresas del sector textil con cadenas de suministro en China y en el sexto puesto de 780 empresas. Este es el resultado de nuestros esfuerzos continuados por mejorar el rendimiento medioambiental de los proveedores de China más allá de nuestras fábricas de nivel uno.

Ropa diseñada para ser reciclada

La extensión del diseño circular es fundamental para nuestra estrategia de sostenibilidad en Primark. Para nosotros, esto significa diseñar productos que puedan utilizarse durante más tiempo, reutilizarse y, en última instancia, reciclarse para convertirlos en nuevas prendas.

La circularidad plantea múltiples retos. Por ejemplo, con las tecnologías de reciclaje actuales, no todos los tipos de productos son circulares desde el diseño, y todavía no existe para este concepto una definición universal o reconocida por la industria de la ropa reciclable. Nuestro [Circular Product Standard](#), publicado en 2023, fue el punto de partida de nuestro trabajo en este ámbito. Asimismo, estamos trabajando para que más ropa y textiles sigan en uso, en circulación y fuera de los vertederos.

Incorporación del diseño circular

El diseño circular es nuestro paso fundamental para convertirnos en una empresa más circular.

Nuestra estrategia se basa en nuestro Circular Product Standard, un marco de diseño circular inspirado en la visión de la Fundación Ellen MacArthur de una economía circular de la moda, cuyo objetivo es que nuestros productos se diseñen teniendo en cuenta su fin.

Comprende tres criterios clave:

1. Uso de materiales reciclados y de origen más sostenible.
2. Durabilidad.
3. Reciclabilidad.

Para integrar el Circular Product Standard en el diseño de nuestros productos, contamos con un enfoque por fases que nos ayuda a convertir la teoría en práctica:

Nuestros equipos de producto y nuestros proveedores son fundamentales para la consecución del diseño circular. Al lanzar el Circular Product Standard, colaboramos con Circle Economy y con la Sustainable Fashion Academy para crear un programa de formación básica sobre circularidad. Este programa se puso a disposición de todos los colaboradores y es obligatorio para todos los miembros de nuestros equipos de producto. Esta formación se imparte en nuestra plataforma digital de aprendizaje interno.

En 2024, llevamos nuestro programa de formación en circularidad a un nivel experto, en colaboración con la Fundación [Circular Textiles](#). El programa ayuda a los equipos de compras, diseño y calidad, así como a los proveedores clave, a aplicar los principios del diseño circular a más categorías de ropa, como el punto y las camisas. El resultado final de estas sesiones son unas directrices específicas de diseño circular para cada categoría de producto. Durante los últimos 18 meses, hemos creado grupos específicos para cada producto con el fin de desarrollar estas directrices. Estos grupos están formados por una pequeña selección de especialistas (alrededor de 20 colaboradores por grupo) y proveedores. Hasta ahora, han desarrollado las directrices para las categorías denim, jersey, punto, ropa de dormir, camisas y ocio.

Asociaciones para impulsar la colaboración industrial en favor de los modelos de negocio circulares

En 2024, nos unimos al [Fashion ReModel Project](#), un proyecto de la Fundación [Ellen MacArthur](#) en el que participan marcas líderes para ayudar al sector a eliminar las barreras que impiden la expansión de los modelos de negocio circulares. Junto con otras marcas participantes, estamos estudiando cómo ampliar las fuentes de ingresos a través de la reventa, el alquiler, la reparación y la remodelación.

Nuestro rendimiento en diseño circular

A julio de este año, el 5%¹⁶ de todas nuestras unidades de ropa vendidas son de diseño circular, lo que cumple los criterios del nivel *Básico* establecidos en nuestro Circular Product Standard. De nuestras categorías principales, el 20% de todas las unidades de jersey vendidas y el 8% de todas las unidades de denim vendidas son ahora circulares desde el diseño.¹⁷

	<u>23/24</u>	<u>24/25</u>
<u>Total ropa</u> ¹⁸	<u>3%</u>	<u>5%</u>
<u>Denim</u>	<u>5%</u>	<u>8%</u>
<u>Jersey</u>	<u>11%</u>	<u>20%</u>

Extensión del diseño circular

Contamos con un pequeño equipo dedicado a mejorar las habilidades de, y apoyar a, nuestros equipos de producto en su labor de rediseñar los productos para que sean circulares desde el diseño. También trabajamos para validar y comprobar que todos los productos circulares cumplan los criterios que hemos establecido.

La extensión del diseño circular sigue siendo un reto. Muchas de nuestras categorías clave de ropa dependen del uso de tejidos fabricados con fibras mezcladas o de fibras sintéticas, como el elastano, para ofrecer el rendimiento y la funcionalidad que esperan nuestros clientes. Del mismo modo, los adornos y decoraciones, como los estampados, son difíciles de reciclar. La simplicidad es uno de los principios básicos del diseño

¹⁶ Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe [S&E de Primark](#).

¹⁷ Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe [S&E de Primark](#).

¹⁸ El porcentaje se refiere a las unidades vendidas de productos de diseño circular como porcentaje del total de unidades vendidas en esas categorías.

circular, pero somos conscientes de que no todas las prendas de ropa pueden ser intrínsecamente sencillas y simples.

Aunque hasta la fecha hemos centrado nuestros esfuerzos en extender el diseño circular a las áreas de denim y jersey, seguimos explorando, probando y experimentando con el diseño circular en otras categorías, como el punto y las camisas. En este sentido seguimos colaborando de forma continua con la Fundación Circular Textiles. Trabajamos juntos para transformar y cambiar el diseño de nuestros productos de una manera pragmática e iterativa, lo que implica encontrar las soluciones adecuadas para cada área de productos y crear un espacio para que nuestros equipos de productos prueben, experimenten e innoven a través de la formación que ofrece la Fundación Circular Textiles.

Al mismo tiempo, estamos en proceso de actualizar nuestro Circular Product Standard. Somos conscientes de que tanto la innovación en el reciclaje fibra a fibra como las nuevas regulaciones están cambiando la forma en que la industria entiende y define el diseño circular. Esperamos poder compartir su actualización durante el próximo año, así como lo que hemos aprendido hasta la fecha y nuestra evolución en este ámbito.

Ropa fabricada con materiales reciclados o de origen más sostenible

Desde que lanzamos nuestra estrategia Primark Cares en 2021, hemos aumentado nuestro uso de materiales reciclados y de origen más sostenible año tras año, con el objetivo de garantizar que toda la ropa contenga estas fibras para 2030.

El rendimiento de las fibras de Primark este año

El 74%¹⁹ de nuestras ventas unitarias de ropa de este año contenían fibras recicladas u obtenidas de materiales más sostenibles, frente al 66% de 2023/24.

Esta cifra incluye todas las prendas vendidas que contenían alguna de las fibras enumeradas en nuestro [glosario de fibras](#) online y que cumplían con los protocolos mínimos de contenido de fibras establecidos en el glosario. Todavía no existe un estándar de contenido mínimo de materiales reciclados ampliamente reconocido por el sector que cubra todos los tipos de materiales. 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, Global Organic Textile Standard (GOTS), Recycled Claim Standard (RCS) y Global Recycled Standard.

Somos miembros de [Textile Exchange](#) y utilizamos su matriz de materiales preferidos como guía para tomar decisiones sobre los protocolos de contenido mínimo de fibras que fijamos para nuestros materiales reciclados o de origen más sostenible. Este año hemos capacitado a 190 proveedores y 90 colegas de nuestra oficina central de Primark y de nuestros equipos de compras sobre estos protocolos.

Extensión del uso de fibras recicladas

El 39%²⁰ de las ventas unitarias de ropa de este año contenían fibras recicladas, frente al 32% de 2023/24. Parte de este crecimiento se debe a nuestra estrecha colaboración con Recover®, empresa especializada en convertir residuos textiles en fibra de algodón reciclada de alta calidad y mezclas de fibra de algodón. Hemos

¹⁹ Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe [S&E de Primark](#).

²⁰ El 39% de las prendas que contienen fibras recicladas forma parte del 74% de prendas que contienen materiales reciclados o más sostenibles

aumentado significativamente el uso de estas fibras en nuestra cadena de suministro, ampliando el uso de la gama RCotton²¹ de Recover® al 33%²² de nuestras categorías de pantalones casuales, denim y jersey.

Puede resultar difícil encontrar instalaciones de hilado que puedan procesar algodón reciclado postindustrial, ya que muchas aún no tienen experiencia en el trabajo con este tipo de material. Por eso colaboramos estrechamente con nuestros socios de la cadena de suministro para desarrollar estas capacidades. Este año, como parte de nuestra colaboración con Recover™, nos hemos centrado en ampliar la producción de hilo en India. Un almacén aduanero creado por Recover™ ha facilitado la distribución desde su actual planta de reciclaje.

Abastecimiento responsable de fibras celulósicas artificiales

Nuestros proveedores utilizan pulpa de madera para diferentes fibras, como la viscosa y el lyocell, que son conocidas como fibras celulósicas artificiales (MMCF).

Nuestra [Política sobre Fibras de Madera y Derivados de la Madera](#) establece nuestro enfoque sobre el abastecimiento 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, cuyo objetivo es que las cadenas de suministro de moda dejen de utilizar recursos procedentes de bosques antiguos y en peligro. Todos nuestros proveedores que utilizan fibras MMCF están obligados a comprarlas únicamente a productores con valoración verde según el informe Hot Button de Canopy.

El 5%²³ de nuestras prendas vendidas este año contenía MMCF.

Programa de trazabilidad de Primark

Nuestro objetivo es crear un sistema que permita la visibilidad y la trazabilidad en tiempo real de las fibras de nuestros productos a lo largo de toda nuestra cadena de suministro. Para alcanzar este objetivo, estamos trabajando con [TrusTrace](#), una plataforma líder en el mercado. Esta labor comenzó en 2022, centrándose en el algodón, ya que es la fibra que más utilizamos, y desde entonces se ha ampliado para incluir más proveedores, fibras y productos.

El 100% de los proveedores de ropa, textiles y calzado de nuestra cadena de suministro de nivel uno se ha incorporado a nuestro programa de trazabilidad.²⁴

Mediante la plataforma TrusTrace, registramos el recorrido de nuestros productos desde la materia prima hasta el producto terminado. Más de 230 de nuestros proveedores de nivel uno utilizan ahora el módulo de mapeo de TrusTrace para compartir información detallada sobre la cadena de suministro. Esto incluye a todos nuestros proveedores de ropa, textiles y calzado de nivel uno, lo que significa que ahora supervisamos de forma completa estas cadenas de suministro, desde la materia prima hasta el producto terminado. De esos 230

²¹ RCotton es una fibra de algodón reciclada 100% pura y sin mezclar, apta para el sobreteñido. Puede consultar más información [aquí](#)

²² Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe [S&E de Primark](#).

²³ Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe [S&E de Primark](#).

²⁴ Comprende a los proveedores hasta la temporada otoño/invierno de 2025.

proveedores, 100 han avanzado hacia la trazabilidad en tiempo real de los pedidos de compra. Y estamos trabajando para incorporar al resto de proveedores que no son de ropa, textiles y calzado.

Trazabilidad en nuestro Primark Cotton Project

El 57%²⁵ de las prendas de algodón vendidas contiene algodón orgánico, reciclado u obtenido en el marco del Primark Cotton Project, nuestro exclusivo programa de formación para los productores de algodón de nuestra cadena de suministro.

Seguimos formando y dando apoyo a los productores de algodón del [Primark Cotton Project](#) sobre métodos agrícolas destinados a incrementar la producción de algodón, reducir los gastos de insumos y, en consecuencia, impulsar sus beneficios. Hemos incorporado la trazabilidad en el programa para permitir el seguimiento del algodón desde la finca de cultivo hasta la desmotadora y la hilandería. Esto se hace utilizando la plataforma de trazabilidad digital de [CottonConnect](#), [TraceBale](#).

Mantenemos una colaboración duradera con [Oritain](#), una empresa especializada en verificación que utiliza técnicas de ciencia forense para realizar pruebas selectivas a lo largo del año con el fin de confirmar el origen del algodón, lo que proporciona controles adicionales sobre la trazabilidad del algodón del Primark Cotton Project.

Sabemos que siempre hay más por hacer para impulsar una mayor transparencia en la cadena de suministro, por ejemplo, la adaptación de las nuevas tecnologías a medida que surgen. Igualmente, seguimos abogando por la implantación de normas obligatorias en todo el sector.

Orientación a clientes para unas decisiones de compra más informadas

Sabemos que la información sobre sostenibilidad es compleja y puede resultar confusa para los clientes. Creemos que es nuestra obligación educar a nuestros clientes acerca de las fibras presentes en nuestros productos, de manera que puedan tomar decisiones informadas. Esta es la razón por la que tenemos un [glosario de fibras](#) online donde pueden conocer las fibras que utilizamos en nuestra ropa, así como los términos que utilizamos al hablar sobre nuestra estrategia de sostenibilidad. El glosario define lo que entendemos por materiales reciclados o de origen más sostenible, y utilizamos la matriz de fibras recomendadas de Textile Exchange como guía para nuestra toma de decisiones en este ámbito.

Todos los productos que vendemos 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.

Restauración de la biodiversidad

Los métodos agrícolas modernos, como el riego intensivo y el uso excesivo de pesticidas y fertilizantes sintéticos, han degradado los suelos y los ecosistemas naturales en todo el mundo.

Esto es importante para Primark porque el cultivo del algodón es fundamental para nuestro negocio, ya que el algodón es la fibra más utilizada en nuestras prendas. Restaurar la salud del suelo y el hábitat natural en las

²⁵ Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe S&E de Primark

explotaciones algodoneras para permitir que florezca la biodiversidad es fundamental para la resiliencia de los agricultores de nuestra cadena de suministro, la mayoría de los cuales son pequeños propietarios.

The Primark Cotton Project

Desde 2013, a través del Primark Cotton Project, hemos formado a 309,934²⁶ agricultores de algodón de nuestra cadena de suministro en prácticas agrícolas que ayudan a reducir el impacto medioambiental del cultivo del algodón, así como a reforzar sus medios de vida y resiliencia.

Esta iniciativa, insignia de Primark, ha evolucionado hasta convertirse en el programa más grande de este tipo llevado a cabo por un solo minorista de moda. Basada en un plan de estudios elaborado por los expertos agrónomos de CottonConnect, la formación se imparte a través de socios locales en India, Pakistán, Bangladés y Turquía. Nueve de cada diez participantes son pequeños agricultores²⁷ y más del 80% son mujeres.

Enfoque en prácticas agrícolas más regenerativas

Aunque el Primark Cotton Project siempre ha promovido buenas prácticas, como las alternativas biológicas a los pesticidas y fertilizantes sintéticos, en los últimos años se ha incrementado el énfasis por animar a los agricultores del programa a adoptar prácticas agrícolas más regenerativas.

Desde 2023, el plan de estudios del Primark Cotton Project se basa en el [REEL Regenerative Code](#) de CottonConnect, que establece las mejores prácticas agrónomas a lo largo del ciclo de cultivo y cosecha. El plan de estudios ha sido validado además por expertos agrónomos de la Universidad Harper Adams. Las prácticas que se enseñan están diseñadas para trabajar en sintonía con la naturaleza, con el objetivo de mejorar la salud del suelo, aumentar la biodiversidad y preservar el agua, lo que a su vez favorece la viabilidad continuada del cultivo del algodón.

Nuestro progreso en 2024/25

En marzo de 2025, más del 90%²⁸ de los agricultores del Primark Cotton Project habían adoptado al menos dos prácticas agrícolas consideradas *más regenerativas* en sus tierras de cultivo.

Entre ellas se incluyen:

- **reducción o eliminación de la labranza**, minimizando la alteración del suelo para preservar su estructura y secuestrar carbono
- **cultivos de cobertura y cultivos intercalados**, por ejemplo, plantar cultivos como el sorgo entre las plantas de algodón o a lo largo de las lindes para mejorar los nutrientes y atraer insectos y aves beneficiosos
- **rotación de cultivos**, alternando el algodón con otras especies de cultivos de forma secuencial para romper los ciclos de las plagas, mejorar la fertilidad del suelo, optimizar sus nutrientes y diversificar la producción de los agricultores

²⁶ Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe S&E de Primark

²⁷ Según la definición de ISEAL, una explotación agrícola se considera pequeña en los países en desarrollo normalmente cuando es una empresa familiar que produce cultivos o ganado en dos hectáreas o menos.

²⁸ Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe S&E de Primark

- **fertilizantes naturales**, utilizando estiércol de granja, biocompost o vermicompost para enriquecer la materia orgánica del suelo, reducir el uso de alternativas sintéticas y mejorar la vida microbiana del suelo
- **manejo integral de plagas**, utilizando métodos de control biológico y ecológico que preservan los insectos beneficiosos, como trampas de feromonas y perchas para pájaros
- **incorporación de tallos de algodón al suelo** en lugar de quemarlos, para ayudar a mantener la materia orgánica del suelo y secuestrar carbono

Comprender las preferencias de los agricultores

Comprender la dinámica local es fundamental para apoyar una agricultura regenerativa eficaz. Por ejemplo, el 70% de los agricultores del programa que crían ganado pueden utilizarlo como estiércol de granja, un valioso fertilizante natural que favorece la salud del suelo y ofrece una alternativa rentable a los insumos sintéticos comprados.

Tenemos previsto utilizar estos conocimientos para ayudar a los grupos de agricultores a adoptar prácticas adaptadas a sus regiones. A través de nuestro nuevo programa de formación de posgrado, que ofrece formación a todos los agricultores que han completado el programa de formación básica de tres años, proporcionaremos un apoyo más específico para fomentar la adopción de dichas prácticas.

Medición del impacto del Primark Cotton Project en la biodiversidad

Probablemente, deban pasar varios años antes de que los efectos de la formación impartida a los agricultores del Primark Cotton Project se hagan patentes en los niveles de biodiversidad de las regiones de abastecimiento en cuestión. Para ayudarnos a medir estos impactos, contamos con un programa de seguimiento de la biodiversidad alineado con las directrices de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN, por sus siglas en inglés) y marcos como los [Objetivos Basados en la Ciencia de la Naturaleza \(SBTN, por sus siglas en inglés\)](#) y el [Grupo de Trabajo sobre Información Financiera relacionada con la Naturaleza \(TNFD, por sus siglas en inglés\)](#). Tras las fases de diseño y prueba piloto, el seguimiento comenzó en marzo de 2024 con estudios 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.

También se hizo un seguimiento de las especies vegetales y animales, y analizamos su contenido en carbono orgánico, tomándolo como indicador de la biodiversidad del suelo. Asimismo, evaluamos el nivel de conocimiento que tenían sobre la biodiversidad los agricultores locales y anotamos sus observaciones sobre los cambios en la abundancia de especies importantes.

Este año, expertos en agricultura regenerativa de la Universidad Harper Adams han revisado la metodología de nuestro programa de seguimiento de la biodiversidad en relación con las mejores prácticas a nivel mundial. Analizaremos e incorporaremos los resultados de esta revisión en nuestro futuro trabajo.

Para mantener y ampliar el seguimiento de las explotaciones agrícolas en el tiempo, estamos explorando una serie de estrategias y soluciones. Esto incluye la colaboración con nuestros socios del Primark Cotton Project de India: la [Asociación de Mujeres Autónomas \(SEWA, por sus siglas en inglés\)](#), que este año ha instruido a más

de 31 de sus ejecutivas y coordinadoras de campo de Gujarat en las habilidades y técnicas necesarias para estudiar la biodiversidad de las explotaciones agrícolas.

Debida diligencia en DD. HH. en el Primark Cotton Project

Durante el último año, hemos estado trabajando con Impactt, una consultora especializada en comprender y gestionar cuestiones relacionadas con los derechos humanos. Nuestro trabajo con Impactt se ha centrado en crear un marco de debida diligencia en materia de derechos humanos (DD. HH.) para el Primark Cotton Project, basado en la [Guía de la OCDE de Debida Diligencia](#) para una Conducta Empresarial Responsable en el Sector de la Confección y el Calzado.

Durante las etapas iniciales, hemos trabajado con CottonConnect a nivel estratégico para elaborar un análisis de deficiencias y comprender las funciones y responsabilidades de los diferentes actores de la cadena de suministro del algodón. Impactt también ha desarrollado un marco de supervisión basado en nuestro Código de Conducta del Proveedor. Esto incluye desarrollar una metodología para las evaluaciones sobre el terreno, las diferentes formas de definir la gravedad de los riesgos que tienen nuestros socios y las posibles vías de respuesta.

En 2023, pusimos a prueba este marco en Turquía en explotaciones agrícolas a gran escala, donde los principales riesgos identificados estaban relacionados con los salarios y la salud y la seguridad en el trabajo. Ahora estamos poniendo a prueba el marco con pequeños agricultores indios.

Gestión de residuos no textiles en Primark

Además de abordar los residuos textiles en nuestra cadena de suministro, estamos tratando de mejorar la gestión de los residuos en nuestras propias operaciones, centrándonos en los plásticos de un solo uso de nuestros envases.

Este año se desviaron de los vertederos el 93%²⁹ de los residuos producidos en las operaciones de Primark. Esta cifra ha disminuido un 2% debido a nuestra expansión a EE. UU., donde los métodos de eliminación de residuos dificultan el reciclaje. Estamos trabajando para mejorar las tasas de reciclaje en todas nuestras tiendas de EE. UU. mediante el uso de nuestro propio proveedor de servicios de residuos a nivel nacional.

Más allá de nuestras tiendas en EE. UU., estamos trabajando para estandarizar la gestión de los residuos en todas las operaciones de Primark y para educar a nuestros colaboradores sobre cómo se pueden reutilizar y reciclar los residuos de las tiendas y la sede central. Este año hemos completado la implantación global de contenedores de residuos para permitir la separación y el reciclaje en todas las tiendas, oficinas y almacenes.

Eliminación del plástico de un solo uso en Primark³⁰

En 2021, nos comprometimos a eliminar el plástico de un solo uso para 2027. Desde entonces, hemos rediseñado nuestros envases y colaborado con nuestros proveedores para minimizar el uso de plásticos de un solo uso.

²⁹ Cifras de Primark al 31 de julio de 2025. Para más información, consulte el Informe [S&E de Primark](#).

³⁰ Las cifras de plástico de un solo uso se informan a nivel de grupo Primark. Para obtener más información, consulte el Informe [S&E de Primark](#).

Sin embargo, eliminar el plástico de un solo uso no es tan sencillo como cambiar a alternativas menos impactantes en todos nuestros productos. Por ejemplo, necesitamos envases de plástico para proteger los artículos, preservar su calidad y, en el caso de algunos productos, garantizar la higiene y la seguridad, y algunas alternativas aún no han alcanzado la escala necesaria para ser rentables para nuestros clientes.

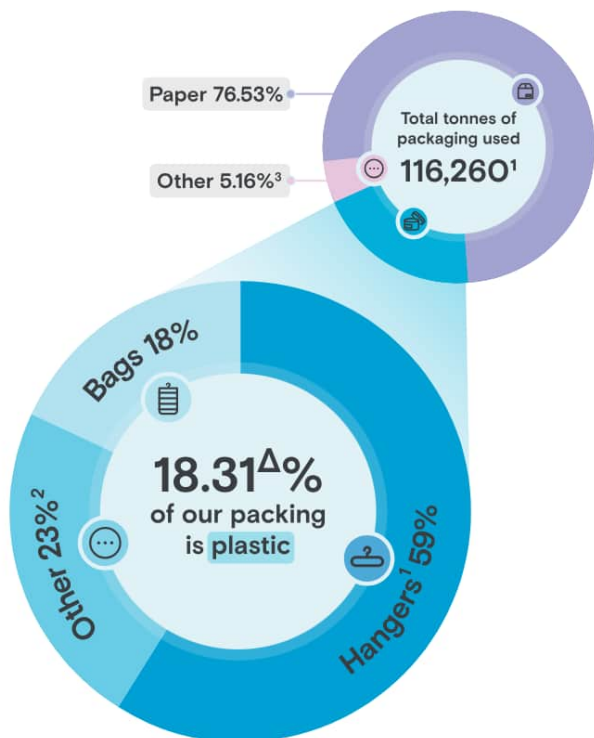
Hay otras medidas que podemos adoptar mientras se desarrollan innovaciones en materia de envases, como reducir su tamaño, utilizar materiales más finos y más plástico reciclado, y asegurarnos de que una mayor parte de nuestros envases pueda reciclarse. También estamos cuestionando cada componente de los envases para eliminar el plástico innecesario, como las etiquetas, y el plástico problemático que dificulta el reciclaje de los artículos, como los materiales mixtos. Se trata de un proceso largo y más arduo de lo que habíamos previsto, pero estamos orgullosos de lo que hemos aprendido y de los cambios que hemos realizado hasta la fecha.

Rendimiento de Primark en materia de residuos plásticos en 2024/25

Las perchas de plástico han sido uno de los principales objetivos de nuestro esfuerzo por reducir el plástico de un solo uso en nuestro negocio. Hemos cambiado a perchas de plástico reciclado en toda la ropa y accesorios siempre que ha sido posible, o las hemos sustituido por cartón totalmente reciclable. Asimismo, en algunos productos como nuestras toallitas faciales de higiene y belleza, hemos cambiado a envases de plástico monomaterial, que es más fácil de reciclar.

En 2024, comenzamos a introducir nuevas perchas de plástico reciclable, fabricadas con un 90% de plástico de propileno reciclado GRS. Lanzamos estas perchas a través de proveedores designados que seleccionamos para suministrar un tipo de embalaje específico que nos permite estandarizar los tipos de perchas en circulación.

Huella de residuos de envases de Primark en 2023/2024 en comparación con la línea base de 2022



¹ Data relates to 2024 year. We have used an extrapolated methodology where we don't have supplier data.

² Bottles, jars, caps, lids (6%), attachers/ties (4%), tape (4%), boxes, cartons, sleeves, blisters (3%), other (6%).

³ Other materials include glass, metal, composites, wood.

	Embalaje total en toneladas	Envases de plástico en toneladas	% Plástico	% de reducción respecto al valor base
2024	116,260	21,293	18.31%	-1.11%
2023	112,146	21,124	18.84%	-0.58%
2022	112,257	21,797	19.42%	

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2024/2025 - Producción de embalajes:³¹

Descripción	Toneladas
Total embalajes suministrados	7,901

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2023/2024 - Producción de embalajes:

Descripción	Toneladas
Total embalajes suministrados	8,605

En nuestras operaciones españolas hemos conseguido desviar de los vertederos el 80% de los residuos generados en nuestras operaciones durante el ejercicio fiscal 2024/2025 (90% durante el ejercicio fiscal 2023/2024). 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 2024/2025. 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 2024/2025 - Residuos:³²

Descripción	Toneladas	Cuota %
Eliminación de residuos	2,949	20%
Reaprovechados	12,543	80%

31. Datos a 31 de julio de 2025. Más información al respecto en el informe anual de ABF, disponible [aquí](#)

32 Datos a 31 de julio de 2025. Más información al respecto en el informe anual de ABF, disponible [aquí](#)

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2023/2024 – Residuos:

Descripción	Toneladas	Cuota %
Eliminación de residuos	1,228	10%
Reaprovechados	10,507	90%

El enfoque de Primark hacia el agua

El agua se utiliza en la mayoría de las etapas de la producción de ropa, desde el riego de los campos de algodón hasta el teñido y el acabado de los tejidos. Se trata de un recurso fundamental que compartimos con las comunidades y los ecosistemas, por lo que es vital que lo utilicemos de forma responsable.

Nuestro enfoque incluye tres áreas de interés para la gestión del agua en nuestra cadena de suministro:

Productos: teniendo en cuenta toda la cadena de valor, desde el cultivo del algodón hasta el uso por parte del consumidor, como signatarios del Pacto UK Textiles de WRAP (antes Textiles 2030), nuestro objetivo es reducir para 2030 la huella hídrica de los productos vendidos en el Reino Unido en un 30%.

Instalaciones: colaborar con los proveedores para reducir su huella hídrica, mejorar la calidad del agua y reutilizar las aguas residuales.

Cuenca hidrográfica: priorizar la acción colaborativa más allá de las fábricas y las granjas, donde la huella hídrica de nuestra cadena de suministro se cruza con los riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza y la salud de la comunidad.

Para medir el progreso, evaluamos los datos de nuestras evaluaciones anuales sobre la dependencia hídrica de las fábricas y los riesgos relacionados con el agua en la cadena de suministro, contrastándolos con la referencia establecida en 2023 por un especialista externo. Utilizamos estos datos para desarrollar una hoja de ruta de intervenciones en la cadena de suministro y opciones de materiales más inteligentes.

Gran parte de nuestro trabajo para utilizar el agua de forma más responsable se centra en las fábricas proveedoras de regiones vulnerables o con estrés hídrico situadas en nuestros principales países de abastecimiento: Bangladés, India y China.

Prioridad 1: Reducir la dependencia del agua en nuestra cadena de suministro

En los últimos tres años, hemos auditado más de 100 fábricas en Bangladés, China e India, y hemos identificado formas rentables de reducir el consumo de agua.

La siguiente tabla muestra el desglose actual de los ahorros potenciales identificados en todas las instalaciones evaluadas en el marco de los programas específicos de eficiencia hídrica de Primark:

Región	Ahorro potencial identificado (m3)
Bangladés	898,826
China	310,230
India	49,112

Para impulsar nuevas medidas sobre prácticas responsables de gestión del agua en nuestra cadena de suministro, comenzamos a incorporar métricas relacionadas en nuestra tarjeta de puntuación de proveedores para nuestros 100 proveedores estratégicos principales. Esto nos facilitó ver que:

- el 66% había establecido una referencia de huella hídrica;
- el 55% había establecido objetivos de reducción de agua dulce para 2030; y
- el 65% había desarrollado y firmado formalmente un plan de mejora para reducir su huella hídrica con respecto a la referencia establecida.

Prioridad 2: Reducir la contaminación hídrica

Este año, hemos lanzado nuestro Cleaner Water Programme, centrado en cuatro áreas clave.

Aportación y calidad del agua de las cuencas

El uso de [la herramienta de riesgo hídrico de WWF](#) nos permite identificar qué indicadores de calidad del agua suponen los mayores riesgos y oportunidades para la naturaleza y las comunidades de cada cuenca fluvial con la que se entrecruza nuestra cadena de suministro. Este trabajo incluye la elaboración de mapas de los centros prioritarios de la cadena de suministro y sus vertidos en relación con las presiones locales sobre la calidad del agua. Nuestra evaluación nos ayudará a priorizar las intervenciones con mayor impacto a la hora de mejorar la calidad del agua.

Prioridad 3: Abordaje de los retos hídricos compartidos en las cuencas prioritarias

El agua no se puede gestionar de forma aislada. Colaboramos con otros actores de la industria y la sociedad civil para abordar los retos hídricos que compartimos con la naturaleza, las comunidades y otras empresas. Hemos identificado diez cuencas en las que nuestra huella hídrica se entrecruza con riesgos y oportunidades de impacto reconocidos a nivel mundial. A través de nuestro trabajo con [Alliance for Water Stewardship \(AWS\)](#), así como con el programa Sustainable Manufacturing and Environmental Pollution, actualmente estamos poniendo en marcha proyectos en tres de estas cuencas, en Bangladés, India y China.

Asimismo, a través del Impact Accelerator Programme de AWS, en los últimos dos años hemos ayudado a 20 proveedores a evaluar retos comunes relacionados con el agua en sus cuencas hidrográficas y a desarrollar planes para abordar dichos retos. En el marco de lo que constituye el mayor programa de este tipo en el sector textil, estamos ayudando a las fábricas a alcanzar puntuaciones líderes según el Estándar de AWS, que incluye indicadores relacionados con la biodiversidad, el acceso al agua, su uso y la contaminación. Hasta ahora, las fábricas participantes han aumentado sus puntuaciones de rendimiento desde una media inicial del 48% hasta más del 80%.

Alianza Nacional de Bangladés para la Reutilización y el Reciclaje del Agua

Este año nos hemos convertido en miembro fundador de la nueva Alianza Nacional de Bangladés para la Reutilización y el Reciclaje del Agua. Presidida por el Grupo de Recursos Hídricos 2030 del Banco Mundial, la alianza conecta a organismos gubernamentales, fábricas, marcas, proveedores de tecnología, inversores y el mundo académico en un esfuerzo colaborativo por ampliar la reutilización del agua en Bangladesh.

Como primer caso práctico de la alianza, y en colaboración con H&M, WaterAid y expertos en tecnología de aguas residuales, hemos puesto en marcha un proyecto para reutilizar las aguas residuales y mejorar su calidad. Este enfoque podría replicarse en toda la industria textil, lo que ayudaría al país a conservar miles de millones de litros de agua subterránea al año.

Water Leaders Group

Este año nos hemos convertido en miembros del Water Leaders Group, formado por marcas textiles y cuyo objetivo es influir colectivamente en la cadena de suministro para que adopte prácticas más sostenibles. Nuestro primer fruto ha sido un marco para la cadena de suministro, revisado por AWS, ZDCH y Cascale (antes Sustainable Apparel Coalition), y diseñado para acelerar la adopción de buenas prácticas.

CEO Water Mandate

Este año hemos firmado el [CEO Water Mandate](#) del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, comprometiéndonos con este documento a trabajar colectivamente para contribuir a la resiliencia hídrica de las cuencas de las regiones con cadenas de suministro compartidas.

Exploración de soluciones climáticas y de agua limpia para la industria textil de Bangladés

Los textiles son la piedra angular de la economía de Bangladés, pero esta industria ejerce presión sobre los limitados recursos hídricos del país. Durante los últimos dos años, Primark ha liderado un consorcio de proyectos para determinar cómo las tecnologías avanzadas de tratamiento y reciclaje de aguas residuales del sector podrían ayudar a Bangladés a conservar miles de millones de litros de agua subterránea al año y a reducir significativamente la contaminación del agua.

Financiado por el Gobierno del Reino Unido como parte de su programa Sustainable Manufacturing and Environmental Pollution (SMEP), el proyecto nos ha llevado a unir fuerzas con múltiples partes interesadas, entre ellas H&M, la organización internacional sin ánimo de lucro WaterAid y especialistas del sector del agua de todo el mundo.

Reciclaje de aguas residuales en una fábrica de prendas de punto

Nuestra prueba de fuego fue Fakir Knitwear, una fábrica de Dacca que suministra ropa a Primark y a muchas otras marcas. Descubrimos que, mediante la integración de tecnologías innovadoras como la ultrafiltración y la ósmosis inversa, la fábrica podía reutilizar el 50% de sus aguas residuales (400.000 m³ al año) y reducir el uso de agentes suavizantes químicos. Además de reducir la extracción de agua dulce y la contaminación, estas tecnologías podrían reducir sustancialmente las emisiones de gases de efecto invernadero.

La fábrica instaló el equipo de tratamiento de agua recomendado y bombas de bajo consumo en el verano de 2025, y esperamos informar sobre su impacto en nuestro próximo informe.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo estima que, si se aplicaran sistemas similares al 25% de las aguas residuales tratadas en toda la industria, Bangladés podría conservar más de 43 millones de m³ de agua subterránea al año y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en entre 1,5 y 2,6 millones de toneladas de CO₂e, lo que significaría entre el 4% y el 7% de sus objetivos climáticos para 2030.

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2024/2025 - Consumo de agua:^{33 34}

Agua	Metros cúbicos (m ³)
Consumo total	78,875

Operaciones españolas durante el ejercicio fiscal 2023/2024 - Consumo de agua:

Agua	Metros cúbicos (m ³)
Consumo total	54,587

Como nuestras operaciones en tiendas y depósitos no consumen mucha agua, no hemos implementado ninguna medida local para reducir el consumo de agua.

El enfoque de Primark para la gestión de productos químicos y la prevención de la contaminación

La industria química desempeña un papel fundamental en la fabricación de los productos Primark. La mayoría de los productos químicos se aplican en la fase de procesamiento húmedo de la producción de tejidos, que comprende el teñido, el estampado y el lavado. Desde Primark, reconocemos la importancia de una gestión responsable de los productos químicos en nuestra cadena de suministro.

Proporcionamos herramientas y orientación a nuestros proveedores para ayudarlos a gestionar correctamente los productos químicos, centrándonos en el cumplimiento normativo y la gestión de los riesgos. Asimismo, buscamos oportunidades para optimizar la composición química, a fin de reducir aún más el consumo de agua y energía, así como las emisiones de gases de efecto invernadero relacionadas.

Para ayudarnos a mejorar la gestión de los productos químicos en toda nuestra cadena de suministro, nos enorgullecemos de formar parte de dos organizaciones clave:

Apparel and Footwear International RSL Management (Grupo AFIRM), una organización de empresas de ropa y calzado que colaboran para promover la gestión responsable de los productos químicos en la cadena de suministro global.

Zero Discharge of Hazardous Chemicals (Fundación ZDHC), una organización multilateral de marcas, proveedores, proveedores de soluciones y proveedores de productos químicos que lidera la industria de la moda para eliminar los productos químicos nocivos de su cadena de suministro global. Primark está representada en la junta directiva de ZDHC y, en 2025, nos unimos a su foro de líderes de grupos asesores, una institución creada para fomentar el diálogo y la colaboración entre los 320 signatarios de ZDHC.

³³ Datos a 31 de julio de 2025. Más información al respecto en el informe anual de ABF, disponible [aquí](#)

³⁴ El suministro de agua proviene de la red pública de agua.

La [lista de sustancias restringidas](#) de Primark establece límites estrictos sobre los productos químicos utilizados en la fabricación de nuestros artículos, se ajusta a la lista de sustancias restringidas en la fabricación de ZDHC (ZDHC MRSL) y fue actualizada en 2024 para alinearla también con la del Grupo AFIRM.

Cada año, el programa de gestión de productos químicos de Primark es examinado de forma independiente en nombre del Grupo ZDHC en relación con su programa Brands to Zero, que evalúa nuestro progreso hacia una gestión más sostenible de los productos químicos en toda la cadena de valor. Por ejemplo, evalúa cuántas de las fábricas de procesamiento húmedo con las que trabajamos están registradas en [ZDHC Gateway](#), la mayor base de datos del mundo dedicada a facilitar la elección de productos químicos más seguros para la industria textil, de la confección y del calzado. A través de esta base de datos, los proveedores pueden adquirir productos químicos certificados, evaluar su inventario de productos químicos en relación con la lista de sustancias restringidas de ZDHC, compartir fácilmente datos verificados sobre aguas residuales y mucho más.

Rendimiento de la gestión química de Primark en 2024/25

- Primark ha sido calificada como marca *Aceleradora* por la Fundación ZDHC, el segundo nivel más alto que se puede alcanzar en su programa Brands to Zero. Esto significa que estamos comprometidos con las directrices de ZDHC y su implementación en nuestras cadenas de suministro, y que estamos trabajando para alcanzar los objetivos establecidos para lograr una gestión más sostenible de los productos químicos.
- Casi 500 de las fábricas de procesamiento húmedo, que representan casi el 100% de las que figuran en la lista de nuestros 100 principales proveedores, están ahora registradas en ZDHC Gateway.
- Más de 400 de estas fábricas de procesamiento húmedo incluidas en nuestra cadena de suministro utilizan más de 10 productos químicos para la producción, el 80% presentó sus inventarios de productos químicos para su evaluación con respecto a la lista ZDHC MRSL (informes InCheck), y el 88% de las formulaciones notificadas fueron certificadas.
- Más de 330 de estas fábricas de procesamiento húmedo incluidas en nuestra cadena de suministro entran dentro del ámbito de aplicación de las directrices sobre aguas residuales de ZDHC, el 70% ha comunicado los resultados verificados de las pruebas de aguas residuales (informes ClearStream) y el 90% de las instalaciones con vertido directo han alcanzado al menos el nivel *Básico* de cumplimiento.
- Algo más de 200 de estas fábricas de procesamiento húmedo, con el apoyo de Primark, completaron la evaluación Supplier to Zero de ZDHC, lo que les permitió ponerse al día en la implementación del sistema de gestión de productos químicos líder en el sector.

Mejora de la transparencia en la gestión de productos químicos

En 2024, mejoramos nuestras capacidades de comprensión y presentación de informes de datos de ZDHC mediante la implementación de un conjunto de paneles de control que recogen las métricas de rendimiento de la cadena de suministro del programa Brands to Zero. Además, implementamos indicadores clave de rendimiento químico a través de la tarjeta de puntuación de proveedores de Primark, con nuevos criterios de rendimiento en materia de aguas residuales. Además, hemos puesto a prueba un software de inventario de productos químicos en instalaciones de procesamiento no húmedo de nivel uno, llevando la recopilación de datos más allá del programa ZDHC.

Desarrollo de la capacidad de los proveedores

Contamos con equipos medioambientales regionales con sede en las principales regiones de abastecimiento para proporcionar a los proveedores formación y apoyo en materia de gestión de productos químicos. Este año:

- hemos financiado formaciones y certificaciones en las guías técnicas industriales del sistema de gestión de productos químicos de ZDHC en 70 instalaciones de China, India, Bangladés y Turquía;
- hemos financiado la verificación del inventario de productos químicos (InCheck) en 10 instalaciones de Bangladés;
- a través de nuestro programa de pruebas de debida diligencia en aguas residuales, se seleccionaron más de 20 instalaciones en las que realizar pruebas de riesgos con el fin de impulsar mejoras en la gestión de las aguas residuales;
- 20 instalaciones completaron, con nuestro apoyo, la formación para operadores de plantas de tratamiento de efluentes, y obtuvieron la certificación correspondiente

Prevención de la contaminación hídrica

La gestión de los productos químicos es fundamental para el éxito de nuestro programa de gestión del agua, lanzado este año como un esfuerzo estratégico conjunto de nuestros equipos de productos químicos y agua.

Estamos trabajando con ZDHC y socios de la industria para desarrollar estrategias compartidas para conseguir un tratamiento de aguas residuales más sostenible, centrándonos en mejorar el rendimiento de los productos químicos y, al mismo tiempo, aumentando la eficiencia energética e hídrica. Más información en el apartado Agua.

Primark también puso a prueba el programa Clean by Design Chemistry and Wastewater del Apparel Impact Institute en tres instalaciones de Bangladés en 2024. Este trabajo concluyó con mejoras cuantificables en el uso de los productos químicos, el consumo de energía y la extracción de agua.

Operaciones españolas – Productos químicos en tiendas e instalaciones logísticas

No hay iniciativas registradas en esta área en el ejercicio fiscal 2024/2025. Tampoco hay iniciativas registradas en esta área en el ejercicio fiscal 2023/2024.

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.

Bienestar animal

Primark apoya el desarrollo de normas y certificaciones de bienestar animal, y nuestra [Política de Materiales de Origen Animal](#) exige que nuestros proveedores cumplan con estas normas industriales en el abastecimiento de nuestros productos.

Todos los cosméticos de la marca propia de Primark están aprobados por [Cruelty Free International](#), que reconoce a las marcas que se comprometen genuinamente con el desarrollo de productos de belleza libres de crueldad animal.

V. Cuestiones sociales y relativas al personal

1. 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 e In-Store Business Partners cuando se daban situaciones específicas. En 2024/2025 lo hemos aplicado cuando las situaciones meteorológicas han sido extremas (inundaciones DANA, etc.). 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

El 30 de marzo de 2015 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 para los empleados.

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 sobre organización del trabajo de esta sección.

Política antifraude y política de denuncia de prácticas ilegales

Primark considera el fraude o 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 o entidad 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 de 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 In-Store Business Partner 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 la 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 sanción correspondiente.

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. Anteriormente, Primark Tiendas ya venía promoviendo prácticas tendentes a favorecer la conexión digital, tales como dar 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 por fuerza mayor o circunstancias excepcionales. De este modo, el trabajador dispondrá de un derecho a la desconexión, salvo en circunstancias excepcionales producidas por la urgencia y la importancia de los temas tratados.

Durante los periodos de vacaciones se deberán cumplir las consignas previstas en la política de turnos y se determinará 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 especialistas 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 de forma segura la documentación que contenga datos de carácter personal una vez que ya no resulte necesario conservar los datos.

Política de movilidad geográfica

Esta política recoge las condiciones aplicables a los traslados de managers y especialistas. 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.

Durante el ejercicio 2024/2025, se han realizado dos encuestas:

- Septiembre de 2024 (7,462 colaboradores, 73% de participación, puntuación de compromiso de 7,4)
- Marzo de 2025 (7,080 colaboradores, 73% de participación, puntuación de compromiso de 7.1).

Comparación con resultados del ejercicio anterior

- Septiembre de 2023 (9,711 colaboradores, 71%, puntuación de compromiso de 7.5)
- Marzo de 2024 (6,886 colaboradores, 72%, puntuación de compromiso de 7.2)

Posteriormente a la realización de la encuesta se han analizado los resultados y, a través de la coordinación de un equipo de personas procedentes 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 2024/2025 (50% en el ejercicio fiscal 2023/2024) (artículo 20.II.4 del Convenio Colectivo). El límite del 50% se hizo 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 por el tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como por su intimidad personal y familiar.

Política de selección y desarrollo profesional

Al igual que en los ejercicios fiscales anteriores, un punto de atención clave para Primark durante 2024/2025 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. Las nuevas incorporaciones a la empresa se han producido gracias a acciones de posicionamiento de marca con implicación 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, los candidatos 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 en España

A continuación, mostramos los datos, al cierre del ejercicio fiscal, del total de empleados en ETC (equivalente a tiempo completo), desglosado por sexo, edad y categoría profesional. Los datos a 31 de agosto de 2025 muestran un total de 10.972 empleados en plantilla (7.370 ETC a 31 de agosto de 2025). Los datos a 31 de agosto de 2024 muestran un total de 10.844 empleados en plantilla (7.249 ETC a 31 de agosto de 2024). 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 82,54% de la plantilla (82,22% durante el ejercicio fiscal 2023/24), tal y como se refleja en el siguiente cuadro.

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.

A cierre del ejercicio fiscal 2024/2025, los resultados fueron:

Empleados por sexo	H	1,287
	M	6,083
	Total	7,370

Empleados por edad	< 30	2,798
	30-40	2,294
	< 40	2,278
	Total	7,370

Empleados por categoría profesional	Grupo 0	1,756
	Grupo 1	4,123

	Grupo 2	487
	Grupo 3	1,004
	Total	7,370

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
	< 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*

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 90.73% de los empleados contratados por Primark Tiendas son indefinidos (89% durante el ejercicio fiscal 2023/2024).

* 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.

Durante el ejercicio fiscal 2024/2025:

Por tipo de contrato (media anual)	Género															
	Contrato indefinido			Contrato temporal			Contrato a tiempo parcial			Total						
	M	W	Total	M	W	Total	M	W	Total							
	1,137	5,350	6,487	125	538	663	704	4,756	5,460	7,150						
	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				
	2,151	2,230	2,106	6,487	497	86	79	663	2,268	1,614	1,579	5,461	7,150			
	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		
1,196	3,895	468	928	6,487	490	72	21	80	663	1,663	3,504	222	72	5,461	7,150*	

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024:

Por tipo de contrato (media anual)	Gender															
	Contrato indefinido			Contrato temporal			Contrato a tiempo parcial			Total						
	M	W	Total	M	W	Total	M	W	Total							
	1,102	5,182	6,284	147	627	774	696	4,682	5,379	7,058						
	Age															
	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			
	Professional Category															
	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	572	70	31	100	774	1,995	3,140	169	75	5,379	7,058*	

A cierre del ejercicio fiscal 2024/2025, los resultados son:

Contrato indefinido	6,590
Contrato temporal	780
Contrato a tiempo parcial	5,698
Total	7,370

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

Por lo que respecta a la brecha salarial, este es el indicador más representativo en términos metodológicos para analizar las diferencias salariales de género. De acuerdo con los reglamentos españoles 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 2024/2025:

Remuneración Remuneración (€)	H	M	Total	Brecha salarial
Grupo 0	17,242	17,242	17,241	0%
Grupo 1	20,118	20,254	20,237	-1%
Grupo 2	23,409	23,217	23,250	1%
Grupo 3	42,708	36,014	38,540	16%
Total	24,563	20,671	21,300	16%

Remuner. anual media por edad	Grupo 0-2				Grupo 0-3				Total
	H	M	Total	Brecha salarial	H	M	Total	Brecha salarial	
< 30	18,710	18,677	18,683	0%	27,069	27,823	27,530	-3%	19,102
30-40	20,071	19,921	19,942	1%	36,189	33,933	34,713	6%	21,816
> 40	20,560	20,287	20,306	1%	56,355	42,747	48,234	24%	23,997
Total	19,372	19,504	19,486	-1%	42,708	36,014	38,540	16%	21,300

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

Remuneración anual media (€)	H	M	Total	Brecha salarial
Grupo 0	16,404	16,402	16,402	0%
Grupo 1	19,149	19,294	19,275	-1%
Grupo 2	22,163	22,087	22,099	0%
Grupo 3	42,624	35,937	38,488	16%
Total	23,345	19,506	20,124	16%

Remuner. anual media por edad	Grupo 0-2				Grupo 0-3				Total
	H	M	Total	Brecha salarial	H	M	Total	Brecha salarial	
< 30	17,646	17,528	17,548	1%	27,490	27,859	27,682	-1%	17,932
30-40	19,102	18,883	18,914	1%	35,807	33,624	34,339	6%	20,785
> 40	19,366	19,207	19,219	1%	55,739	42,978	48,389	23%	23,034
Total	18,308	18,371	18,362	0%	42,624	35,937	38,488	16%	20,124

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 2024/2025 Primark Tiendas ha contado con un total de 346 trabajadores. En 2023/2024 tuvimos 380 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 2024/2025:

2024-2025	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	
	9	23	32	9	11	12	32	9	3	2	18	32	32

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024:

2023- 2024	N.º de despidos												Total
	Género			Edad				Categoría profesional					
	H	M	Total	< 30	30-40	> 40	Total	Grupo 0	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Total	
	12	46	58	14	19	25	58	11	5	34	8	58	

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/empleador ETC hasta 31 de diciembre de 2025, 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 In-Store Business Partners de las tiendas 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 2024/2025 se ha registrado un total de 4.391,61 horas de absentismo injustificado entre los trabajadores en plantilla (4.306,18 horas durante el ejercicio fiscal 2023/2024).

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 (KPI) 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 de 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 nuestras tiendas de todo el mundo cada día.

Nuestro punto de partida es que debemos conocer los riesgos para la seguridad existentes y debemos saber que existen controles eficaces para reducir a un nivel aceptable dichos riesgos para todos los empleados, contratistas y visitantes de nuestras 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 Salud y Seguridad 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 2024/2025 el número total de incidentes comunicados por la aseguradora MC Mutua a Primark Tiendas ascendió a 161, siendo 136 el número total de accidentes en mujeres y 25 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.

2024/2025	N.º de accidentes			N.º de enfermedades laborales		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
	161	136	25	0	0	0
Índice de frecuencia de accidentes			Índice de gravedad de accidentes			
Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	
	11.29	11.60	9.89	0.20	0.19	0.23

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024 el número total de incidentes comunicados por la aseguradora MC Mutua 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 tuvo 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

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 representan 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, el cual se publicó 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. En noviembre de 2025 se ha firmado una segunda modificación del IV Convenio Colectivo, que prorroga el acuerdo hasta el 31 de diciembre de 2028. Esta modificación se publicará en el BOE.

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

- a. Dependientes: Grupos 0 y 1
- b. Supervisores y especialistas: Grupo 2
- c. Managers: Grupo 3

Los criterios de adscripción a cada uno de los 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. Se tendrá en cuenta lo siguiente:

- 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 O. 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 o nacional, 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 y revisión 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, y se ofrece a la totalidad de la plantilla que se reincorpora de situaciones de suspensión de contrato por cualquier causa, por bajas de 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 2024/2025:

Durante el ejercicio fiscal 2024/2025 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. Esta formación inicial incluye un módulo sobre manipulación de alimentos, así como un módulo sobre prevención del acoso sexual.

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 Especialista 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

- Mejora de las habilidades del personal
- Contratación de personal increíble
- Programa de formación en business partnering (P&C Store Business Partners).
- Procedimientos de EHS (SM, AM y P&C SBP).
- Inglés (opcional para SM, AM y P&C SBP).
- Plataforma Navan Travel (SM y P&C SBP)
- Liderazgo en estrategia VM (Store Managers)
- Liderazgo en estrategia EHS (Store Managers)
- Nuevo sistema de autopago (tiendas nuevas o remodeladas)

Especialistas

- Mejora de las habilidades del personal (administrativos P&C)
- Contratación de personal increíble (administrativos P&C)
- Centralización de nóminas (administrativos P&C)
- Nuevo sistema de autopago (tiendas nuevas o remodeladas)
- Actualización de procedimientos y procesos en tienda

Dependientes

- Visual Merchandising (Power of VM)
- Actualización de procedimientos y procesos en tienda
- Guías comerciales de departamentos

Colaboradores de oficina

- Plataforma Navan Travel
- Inglés
- Microsoft Outlook y Teams

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

- Conversaciones sinceras
- Liderazgo en tiendas (Store Managers)
- Nuestra influencia en el liderazgo (Assistant Managers)
- Mi impacto en el liderazgo (Department Managers)
- Programa Crece con nosotros para AM con potencial
- Valores y conductas

Especialistas

- Planificación de horarios y gestión
- Comunicación e influencia (administrativos P&C)
- Valores y conductas

Dependientes

- Programa Crece con nosotros para Dependientes reclutados
- Concienciación en la discapacidad
- Trabajo en equipo y colaboración

Colaboradores de oficina

- Liderazgo sin límites (Area Managers, P&C Area BP)

5. Apertura de nuevas tiendas en el ejercicio fiscal 24/25

Como resultado de la apertura de nuevas tiendas en España: Galicia (Lugo) & Aragón (Zaragoza), se ha desarrollado una formación inicial clave para todos los 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, siendo 3 días en formato de aula virtual y 1 día de forma presencial (7 horas), donde conocen nuestro programa Customer Promise.

6. **Proyectos corporativos**

Este año hemos introducido un nuevo programa de desarrollo denominado Crece con nosotros. Se trata de un programa de formación que proporciona a los colaboradores, previamente seleccionados por su buen rendimiento y potencial, las herramientas técnicas y las habilidades personales necesarias para avanzar hacia el siguiente puesto en su trayectoria profesional.

La compañía ha desarrollado programas Crece con nosotros a nivel mundial para todos los puestos en tiendas, y en España, durante este ejercicio fiscal, hemos lanzado este programa para los Dependientes y Especialistas que desean avanzar hacia el puesto de Jefe de Equipo, y para los Assistant Managers que desean desarrollarse y llegar a ser Store Managers.

En cuanto a nuestros programas de liderazgo para Jefes de Planta, este año se ha lanzado por primera vez en España el programa Nuestra influencia en el liderazgo para Assistant Managers y Liderazgo sin límites para Area/P&C In-Store Business Partners.

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 2024/2025 se han impartido las siguientes horas de formación en España:

	Desglose del total de horas de formación	Dependientes (Grupos 0 y 1)	Especialistas (Grupo 2)	Managers (Grupo 3)	Oficina Regional (Grupos 1, 2 y 3)
Horas online	41,923	10,307	7,482	20,892	3,242
Horas presenciales	116,771	74,207	11,092	30,598	874
Total de horas de formación	158,694	84,514	18,574	51,490	4,116

Durante el ejercicio fiscal 2023/2024 se impartieron las siguientes horas de formación en España:

	Desglose del total de horas de formación	Dependientes (Grupos 0 y 1)	Especialistas (Grupo 2)	Managers (Grupo 3)	Oficina Regional (Grupos 1, 2 y 3)
Horas online	56,985	24,524	13,003	18,292	1,166
Horas presenciales	73,063	49,317	1,241	22,223	282
Total de horas de formación	130,048	73,841	14,244	40,515	1,448

Más de 28,000 horas de formación con respecto al año pasado, gracias a la integración de nuevas actividades de aprendizaje:

- 17,000 horas dedicadas a Mejora de las habilidades del personal (17 horas por 1,000 participantes)
- 11,000 horas de programas como Contratación de personal increíble, Conversaciones sinceras, Mi influencia de liderazgo e English master para algunos colaboradores de oficina o English (Go fluent) para Assistant Managers.

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 Jefe de equipo (responsable de departamento). Tiene como objetivo captar nuestro talento interno a través de jornadas de evaluación.

Durante el ejercicio 2024/2025 han tenido lugar las siguientes promociones:

Promociones al Grupo Profesional 2 (Especialista): 62

Promociones al Grupo Profesional 3 (Manager): 112, de las cuales son:

Promociones a Jefe de equipo: 58

Promociones al resto de categorías del Grupo 3: 54

Las promociones al Grupo Profesional 3 representan un total del 45% de las promociones internas.

Durante el ejercicio 2023/2024 tuvieron lugar las siguientes promociones:

Promociones al Grupo Profesional 2 (Especialista): 234

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

Promociones a Jefe de equipo: 207

Promociones al resto de categorías del Grupo 3: 76

Las promociones al Grupo Profesional 3 representan un total del 32.3% de las promociones internas.

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 a 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 con 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. Además, 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.

Primark cuenta con una Política Global de Diversidad e Inclusión. Consideramos que la diversidad y la inclusión no solo forman parte de nuestra cultura y tradición, sino que son esenciales para nuestro éxito continuo. Por ello, nos comprometemos a promover la igualdad, la diversidad y la creación de un entorno de trabajo inclusivo donde todos los compañeros puedan prosperar.

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.

En noviembre de 2025 se acordaron medidas para garantizar la no discriminación del colectivo LGTBI en la segunda modificación del IV Convenio Colectivo, firmado con los sindicatos.

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.

VI. Respeto de los derechos humanos

Debida diligencia

Primark Tiendas sigue los procedimientos de debida diligencia del grupo Primark.

Regularmente llevamos a cabo las debidas diligencias 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).

Llevamos a cabo procesos de debida diligencia para identificar los riesgos en toda nuestra cadena de suministro, en consonancia con las mejores prácticas del sector, de las siguientes maneras:

- **Evaluaciones de riesgos por país:** Elaboramos evaluaciones de riesgos para cada país del que obtenemos suministros con el fin de ayudar a identificar y comprender los riesgos y la mejor manera de gestionarlos, contando con la colaboración de las partes interesadas locales.
- **Participación de las partes interesadas:** Las partes interesadas externas proporcionan información vital que nos ayuda a comprender mejor los riesgos de nuestra cadena de suministro, a identificar los grupos vulnerables y a determinar la mejor manera de apoyarlos.
- **Consulta a los titulares de derechos y compromiso de los trabajadores:** 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 y responder mejor a sus necesidades y experiencias en el lugar de trabajo.
- **Edificios seguros para los trabajadores:** Los trabajadores que fabrican nuestros productos tienen derecho a un entorno de trabajo estructuralmente seguro. Nuestro Programa de Integridad Estructural, establecido en 2013, ayuda a evaluar la integridad estructural de las fábricas de nuestros proveedores utilizando criterios basados en normas internacionales. El programa está actualmente activo en Bangladés, Pakistán y Camboya, y proporciona apoyo específico cuando es necesario en otros países proveedores. También somos signatarios del [Acuerdo Internacional para la Salud y la Seguridad en la Industria Textil y de la Confección](#) en Pakistán y del [Consejo de Sostenibilidad de la Confección](#) en Bangladés.

Salidas de proveedores y fábricas

Valoramos nuestras relaciones con los proveedores actuales. Sin embargo, es posible que tengamos que dejar de trabajar con una fábrica o un proveedor por diversas razones. Entre ellas se incluyen el incumplimiento de nuestro Código de Conducta del Proveedor, la falta de solución de problemas relacionados con los derechos o la seguridad de los trabajadores, o un cambio en nuestra estrategia de abastecimiento.

Siempre que es posible, tratamos de colaborar con los proveedores para mejorar sus prácticas, si es necesario, y evitar su salida. Si la salida es necesaria, nuestro objetivo es hacerlo de forma responsable, con un proceso claro y, siempre que sea posible, tomando medidas para mitigar los posibles impactos negativos en los trabajadores.

Nuestro enfoque está en consonancia con la conducta empresarial responsable establecida por la OCDE. Esto también se refleja en nuestra Política de Derechos Humanos en la Cadena de Suministro y nuestra participación activa en Action Collaboration Transformation (ACT).

Comprender los riesgos y apoyar a las personas en nuestra cadena de suministro

Contamos con un amplio equipo de más de 130 miembros con sede en los principales países proveedores, que trabajan en estrecha colaboración con nuestros proveedores, fábricas y otros socios para identificar y gestionar los riesgos en nuestra cadena de suministro. Sus funciones incluyen:

- Realizar controles y evaluaciones de las condiciones de trabajo de las fábricas de los proveedores, incluyendo auditorías sociales;
- Identificar y ayudar a los proveedores a gestionar y mitigar los riesgos potenciales para los derechos y el bienestar de los trabajadores;
- Apoyar a los proveedores para que mejoren las condiciones de trabajo a lo largo del tiempo.

Las fábricas de nivel uno autorizadas a fabricar nuestros productos se someten a auditorías al menos una vez al año para comprobar que cumplen nuestro [Código de Conducta del Proveedor](#). Las auditorías sociales están diseñadas para comprobar si nuestros proveedores cumplen nuestras expectativas en cuestiones como los derechos laborales, el trabajo infantil y forzoso, la salud y la seguridad, la discriminación y el acoso. Las nuevas fábricas deben someterse a una auditoría social con resultado satisfactorio como parte de nuestro proceso de incorporación. No se efectúan pedidos hasta que la fábrica haya sido auditada y aprobada.

Las auditorías están gestionadas por nuestros equipos en los mercados de abastecimiento, que conocen las normativas locales y están formados para identificar riesgos y apoyar a los proveedores y a la dirección de las fábricas para impulsar mejoras en el lugar de trabajo. A través de este programa, realizamos más de 2.468 auditorías sociales durante el año natural 2024. Nosotros asumimos el coste total de estas auditorías, que en su mayoría se realizan sin previo aviso, por Primark o por un tercero en nuestro nombre.

Mejora de los mecanismos de queja

Contar con canales para que los trabajadores puedan plantear sus problemas es una parte fundamental de nuestro [Código de Conducta del Proveedor](#). Estamos ampliando el acceso a los mecanismos de queja con el objetivo de mejorar la transparencia de los problemas a lo largo de nuestra cadena de suministro y, posteriormente, tomar las medidas adecuadas.

Esperamos que todas las fábricas aprobadas por Primark dispongan de mecanismos de queja eficaces a disposición de sus trabajadores. Asimismo, colaboramos con terceros, como las ONG, para implantar en los países de aprovisionamiento mecanismos de queja para todo el sector.

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.

Nuestros mecanismos de queja

- Tell Us, Global

Cualquier trabajador o parte interesada de nuestra cadena de suministro puede plantearnos sus inquietudes a través de este canal confidencial y anónimo, disponible en los idiomas locales. Para saber más, consulte [aquí](#).

- Speak Up, Global

Nos comprometemos a proporcionar canales de denuncia confidenciales a los colaboradores de Primark y a las terceras partes que trabajan con nosotros, para que puedan denunciar cualquier cosa que consideren inapropiada, indebida, deshonesto, ilegal o peligrosa. Para saber más, consulte [aquí](#).

Creación de Tell Us, un mecanismo de queja para nuestra cadena de suministro

En diciembre de 2023, lanzamos **Tell Us**, un canal independiente financiado por Primark y diseñado para que los trabajadores y las partes interesadas de nuestra cadena de suministro puedan plantear sus inquietudes de forma confidencial. Si lo desean, todas las conversaciones pueden ser anónimas y en su idioma nativo. Se puede acceder a Tell Us por teléfono, web o aplicación para teléfonos inteligentes, lo que lo hace fácilmente accesible para todos los trabajadores, independientemente de su ubicación.

El programa comenzó en Bangladés y ahora se ha ampliado a los proveedores de la mayoría de los países de abastecimiento, abarcando productos destinados y no destinados a la reventa. Está diseñado para complementar los sistemas de queja a nivel de fábrica, los canales sindicales y las líneas directas independientes, como Amader Kotha. Seguimos mejorando las capacidades de nuestros equipos locales de la mejor manera posible para apoyar a las fábricas de nuestros mercados de abastecimiento a fortalecer sus canales internos para presentar reclamaciones.

Estamos desarrollando un manual sobre los mecanismos de queja que servirá de guía a nuestros equipos ETES para ayudar a las fábricas a reforzar sus canales internos para presentar quejas a nivel local.

Operaciones españolas

Durante el ejercicio fiscal 2024/2025, se recibieron un total de 24 reclamaciones a través de Speak Up, todas ellas resueltas (17 durante el ejercicio fiscal 2023/2024).

Durante el ejercicio fiscal en curso, 2024/2025, también se recibieron de las tiendas 2 denuncias por acoso sexual (cinco durante el ejercicio fiscal 2023/2024) y 8 denuncias por acoso laboral (ocho denuncias durante el ejercicio fiscal 2023/2024).

Durante los ejercicios fiscales 2024/2025 y 2023/2024 no se recibieron quejas de violaciones de derechos humanos.

Para obtener más información sobre nuestras políticas de derechos humanos, incluidos los mecanismos de queja, visite nuestro sitio [web](#).

VII. Cuestiones sobre la lucha 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. Esta 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 indica que es necesario. Los proveedores de Primark están obligados a establecer procedimientos antisoborno y anticorrupción dentro de sus propios negocios. Puede consultar más sobre esta política en este [enlace](#).

Nuestro enfoque de la denuncia de irregularidades

En Primark nos enorgullecemos de promover y proteger nuestra cultura de la confianza, la responsabilidad y el respeto. Para nosotros es muy importante que nuestros colaboradores se sientan capaces de 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 compañía.

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. Esto 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 aconsejamos 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, de 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 2024/2025, la suma de las aportaciones ascendió a 260,000 EUR. De esta cifra, 200,000 EUR fueron donados a la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer). Durante el ejercicio fiscal 2023/2024, Primark Tiendas aportó un total de 180,000 EUR a la AECC.

VIII. Información sobre asuntos societarios de la empresa

1. Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

Desde hace tiempo tenemos el compromiso de proveer de lugares de trabajo dignos y seguros a las personas que fabrican nuestros productos.

Muchas de nuestras áreas de interés están incluidas en nuestro [Código de Conducta del Proveedor](#), que se supervisa y gestiona a través de nuestro programa de auditoría social. Nuestro trabajo de impacto social se sustenta en una estrategia a largo plazo para mejorar las condiciones de los trabajadores. Su objetivo es abordar cuestiones complejas y sistémicas que son más difíciles de identificar y resolver mediante auditorías.

Nuestro equipo especializado en impacto social adopta un enfoque basado en los riesgos de nuestras áreas de interés. Basándonos en nuestro análisis continuo de los riesgos de nuestra cadena de suministro, damos prioridad a los siguientes: condiciones de trabajo seguras, violencia de género, trabajo infantil, trabajo forzoso, libertad de asociación y apoyo a los mecanismos de reclamación. Además de estas prioridades, llevamos a cabo proyectos que ayudan a combatir los estigmas en torno a la salud mental y la falta de formación profesional de las mujeres.

Colaboración con los proveedores

Aunque no somos propietarios de ninguna de las fábricas que forman parte de nuestra cadena de suministro, nos esforzamos por ayudar a mejorar los entornos laborales y por marcar una diferencia positiva para los trabajadores. Nuestras relaciones a largo plazo con los proveedores y la amplia participación de las partes interesadas nos ayudan a comprender mejor las causas fundamentales de los problemas sistémicos que afectan a los trabajadores de nuestra cadena de suministro. A lo largo de los años, esto nos ha permitido desarrollar programas y asociaciones diseñados con vistas a un cambio a largo plazo.

Compromisos con las personas

1. **Crear resiliencia financiera:** lucharemos por un salario digno para los trabajadores de la cadena de suministro y les apoyaremos con formación en materia de educación financiera y acceso a la protección social para 2030.
2. **Promover la igualdad de oportunidades para las mujeres:** reforzaremos la posición de las mujeres mediante el desarrollo de capacidades y la eliminación de las barreras que impiden su progreso para 2030.
3. **Mejorar la salud y el bienestar:** garantizaremos el acceso a procesos de reclamación eficaces y ampliaremos el acceso a ayuda para el bienestar mental y físico para 2030.

Creación de resiliencia financiera

La resiliencia financiera es importante para que las personas de nuestra cadena de suministro puedan vivir con libertad de elección e independencia.

Conseguir un salario digno para las personas de nuestra cadena de suministro

Los gobiernos de todo el mundo establecen salarios mínimos legales, pero estos no siempre proporcionan a las personas el dinero suficiente para tener estabilidad y seguridad financiera.

Los salarios dignos, por otro lado, se calculan como una cantidad razonable para conseguir lo anterior, considerando el coste de la vida de cada región. Según la Global Living Wage Coalition, un salario digno permite a las personas disfrutar de un nivel de vida decente, que comprende alimentación, agua, vivienda, educación, atención sanitaria, transporte, ropa y otras necesidades esenciales, incluyendo provisiones para imprevistos.

Colaboración con los proveedores

Los salarios de los trabajadores de las fábricas no los fijan las marcas, pero es importante que sigamos colaborando con otras marcas y organizaciones para impulsar un cambio justo y equitativo en este ámbito.

Como miembros de **Action, Collaboration, Transformation (ACT)**, trabajamos con otras 18 marcas globales para conseguir salarios dignos para los trabajadores de las cadenas de suministro de textiles, prendas de vestir y calzado. Todas las marcas miembros de ACT se han comprometido a cumplir cinco prácticas de compra globales que ayudarán a los proveedores en su camino hacia el pago de salarios dignos.

Establecimiento de referencias salariales dignas

Somos patrocinadores del Anker Research Institute (ARI), que calcula referencias salariales dignas en una amplia gama de países y sectores. Las referencias establecen el salario necesario para que un trabajador y su familia puedan disfrutar de un nivel de vida digno, incluyendo alimentación, agua, vivienda, asistencia sanitaria, educación, transporte y cuidado infantil. Los índices de referencia están disponibles públicamente en los sitios web de [ARI](#) y de [The Global Living Wage Coalition \(GLWC\)](#).

A través de ARI, este año hemos cofinanciado cuatro índices de referencia de salarios dignos en China que tienen en cuenta los diferentes requisitos legales en materia de salarios y los costos de vida en las distintas provincias. Estas referencias abarcan nuestras principales ubicaciones de abastecimiento en Hangzhou y Ningbo (Zhejiang) y en Shenzhen y Shantou (Guangdong).

Negociación colectiva de los salarios en el sector textil de Camboya

En mayo de 2024, Primark firmó un acuerdo con el sindicato mundial IndustriALL para apoyar la negociación colectiva de la remuneración y las prestaciones de los trabajadores del sector textil en Camboya, incluido el aumento de los salarios.³⁵ Como parte del acuerdo, Primark se comprometió a reforzar los costes laborales y la estabilidad del volumen de pedidos y a financiar la formación y el desarrollo de competencias.

³⁵ Para la asociación de textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de viaje de Camboya (TAFAC, por sus siglas en inglés)

Este año impartimos formación presencial sobre costes laborales en todas las fábricas proveedoras de Camboya. Al destacar los costes laborales que conlleva la fabricación de un producto, estos pueden protegerse durante las negociaciones de precios. Tras la formación, el 98% de los pedidos realizados a las fábricas camboyanas para nuestra temporada primavera/verano 2025 incluyeron el coste laboral de nuestros productos como un componente independiente, para protegerlo durante las negociaciones.

Prácticas de compra responsables

Las prácticas de compra responsables son decisiones que podemos tomar como empresa y medidas que podemos adoptar para ayudar a nuestros proveedores a mejorar los salarios y las condiciones de trabajo. Nos centramos en mejorar continuamente estos aspectos, de acuerdo con los [compromisos de prácticas de compra globales de ACT](#).

Como parte de una encuesta mayor sobre las prácticas de compra del sector, cada dos años nuestros colaboradores y proveedores completan la encuesta de ACT y comparten de forma anónima sus opiniones sobre nuestras prácticas de compra, lo que nos ayuda a supervisar nuestro progreso y comprender en qué áreas debemos centrarnos para seguir mejorando. Los resultados de la encuesta de 2025 se publicarán a finales de este año. Puede consultar los resultados anteriores en nuestro [informe de sostenibilidad y ética 2022-23](#).

Nuestros cinco compromisos en prácticas de compra	Descripción
Formación para la mejora de las competencias y la sensibilización	Seguimos mejorando la comprensión y la aplicación de las prácticas de compra responsable en nuestra compañía. Hasta la fecha, hemos formado a casi 1,400 colaboradores.
Salarios como costes detallados	Junto con nuestros proveedores, hemos establecido un proceso para identificar y delimitar el coste laboral de un producto con el fin de ayudar a proteger los salarios de los trabajadores en las negociaciones de precios. Para la temporada de compras otoño/invierno 2025, se identificó el coste laboral del 89% de los productos, frente al 42% de la temporada de compras primavera/verano 2025.
Condiciones de pago justas	Es fundamental establecer condiciones justas en cuanto a la forma en que pagamos a los proveedores, incluidos plazos razonables y acordados. Por ejemplo, ofrecemos a nuestros proveedores de productos destinados a reventa

	condiciones de pago estándar de 30 días. Los pedidos del 97% de los proveedores de productos destinados a la reventa se pagaron dentro del plazo acordado, lo que supone un aumento con respecto al 93% del año pasado.
Mejores previsiones y planificación	Mediante una planificación a largo plazo de los productos básicos, ayudamos a los proveedores a gestionar sus ciclos de producción y sus presupuestos. Estamos implementando nuestra plataforma de gestión del ciclo de vida del producto para permitir que los equipos colaboren con los proveedores en todas las etapas del desarrollo y la aprobación del producto. Paralelamente, estamos lanzando nuestra herramienta Assortment Planner, que mejorará la precisión de la previsión de pedidos.
Estrategias de salida responsables	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.

Uso de datos para comprender mejor los salarios en nuestra cadena de suministro

Estamos explorando formas más eficaces de recopilar información precisa para comprender mejor la brecha salarial general con respecto al salario digno e incentivar a los proveedores a avanzar en este ámbito. Hemos puesto en marcha un programa piloto utilizando los instrumentos de compensación justa de la Fair Labor Association (FLA) para recopilar datos salariales en fábricas de Bangladés, Camboya, India y Turquía. Recopilar y compartir estos datos con cada fábrica ha sido fundamental para que la dirección de las fábricas y sus proveedores puedan ver las diferencias en sus niveles salariales y abordarlas.

Para mejorar la recopilación de datos, hemos trabajado en estrecha colaboración con las fábricas para enseñarlas a cargar sus datos salariales en la herramienta. También hemos estado trabajando con la FLA para impulsar mejoras en la herramienta. Esto incluyó un programa piloto en nueve fábricas para recopilar datos salariales desglosados por género. Todas las fábricas, excepto una, mostraron una diferencia mayor con respecto al índice de salario digno entre las trabajadoras que entre sus homólogos masculinos. Ninguna de las fábricas era consciente de estas disparidades. Hemos analizado los resultados con los equipos de gestión de las fábricas para comprender las causas fundamentales de las diferencias salariales entre géneros.

Por ejemplo, una de nuestras fábricas en Bangladés ha utilizado los datos del programa piloto para

identificar que no había trabajadoras en su sección de planchado y, a continuación, ha puesto en marcha un programa piloto para incorporar a trabajadoras en dicha sección.

A partir de estos resultados, hemos debatido formas de concienciar sobre este problema con la [Business Fights Poverty](#) y la FLA. Actualmente estamos estudiando la posibilidad de utilizar el curso de aprendizaje electrónico del Anker Research Institute sobre la igualdad salarial entre hombres y mujeres para ayudar a la dirección de las fábricas a poner en marcha soluciones a largo plazo para resolver las diferencias salariales entre hombres y mujeres, allí donde existan.

También hemos encargado una revisión independiente sobre el uso de guías e instrumentos en las fábricas y sobre las formas en que podemos mejorarlos y ampliarlos.

Apoyo a la educación financiera

Muchos trabajadores de nuestra cadena de suministro, especialmente las mujeres, no están familiarizados con los conceptos de las nóminas, la seguridad social o las opciones de ahorro, lo que puede hacerlos vulnerables a la inseguridad financiera, el robo de salarios y los ciclos de endeudamiento. Por otro lado, cuando las personas comprenden cómo gestionar su dinero de forma más eficaz, se sienten más seguras, independientes y menos vulnerables a la explotación financiera. Estamos invirtiendo en una serie de programas de educación financiera para ayudar a los trabajadores de nuestra cadena de suministro a acceder a los conocimientos y herramientas que necesitan para controlar sus finanzas, desde comprender las nóminas hasta darse de alta en la seguridad social.

Estas iniciativas llegan ahora a 29 fábricas en cuatro países y abarcan una amplia gama de medidas, desde el apoyo a las fábricas para la transición al pago digital de salarios en Camboya hasta la ayuda a los trabajadores indios para acceder a los planes de bienestar social del gobierno.

Promoción de la igualdad de oportunidades para las mujeres

En muchos de nuestros países proveedores, las mujeres se enfrentan a obstáculos sistémicos de igualdad de género por diversas razones. Las mujeres soportan predominantemente la carga del cuidado no remunerado, muchas luchan por acceder a la igualdad salarial y algunas son objeto de violencia y acoso por motivos de género.

Un empleo fiable y digno puede permitir a las mujeres vivir con mayor independencia, seguridad y libertad de elección. Para promover esto, llevamos a cabo varios programas que ayudan a abordar algunas de esas barreras sistémicas y nos acercan a la igualdad de género.

Mejora de las habilidades de las mujeres para progresar

Muchas mujeres sienten que no pueden progresar en sus carreras porque carecen de las habilidades necesarias para hacerlo.

En Bangladés, contamos desde hace tiempo con un programa llamado Sudokkho que ayuda a capacitar a las mujeres para que se conviertan en supervisoras, proporcionándoles formación para mejorar las habilidades de los trabajadores. El programa ofrece formación para capacitar y animar a las fábricas a mejorar las habilidades de los trabajadores. Estas pueden ser habilidades técnicas, como el manejo de máquinas, o habilidades sociales, como la resolución de problemas, todas ellas ayudan a las personas a

aprovechar las oportunidades de aumentar su potencial de ingresos y su posición en el lugar de trabajo. El programa también colabora con los directores de las fábricas para cuestionar las suposiciones tradicionales sobre quién puede y quién no puede dirigir equipos y desempeñar funciones de gran responsabilidad.

Este año, 28 fábricas de nuestra cadena de suministro participaron en nuestro programa de desarrollo de habilidades Sudokkho.

Lucha contra la violencia y el acoso por motivos de género

La violencia y el acoso por motivos de género siguen siendo una de las violaciones de derechos humanos más extendidas en el mundo. Muchas mujeres que trabajan en las cadenas de suministro se enfrentan a abusos verbales, intimidación y atención no deseada. A menudo no se denuncia, en parte porque las mujeres pueden recibir amenazas de despido por hablar, pero también porque gran parte de este comportamiento se ha normalizado, lo que dificulta su abordaje. Estamos adoptando un enfoque sistémico para abordar sus causas, que a menudo tienen su origen en las normas sociales.

Además de nuestro apoyo para abordar los casos de violencia de género identificados a través de nuestro programa de auditoría social y los mecanismos externos de reclamación, estamos colaborando con el proyecto Maitri en India para prevenir y abordar de forma proactiva estas cuestiones en nueve fábricas. El objetivo es cuestionar y cambiar los prejuicios hacia las mujeres, ayudar a los trabajadores y directivos a comprender mejor la naturaleza de la violencia de género y crear redes de apoyo para que las personas puedan plantear y abordar los problemas de forma segura.

Mejora de la salud y el bienestar

Proporcionar un entorno de trabajo seguro e higiénico forma parte de nuestras expectativas respecto a los proveedores, tal y como se recoge en nuestro [Código de Conducta del Proveedor](#). Para trabajar con nosotros, los proveedores también deben proporcionar acceso a una asistencia médica adecuada en caso de enfermedad o accidente laboral e impartir formación periódica y documentada en materia de salud y seguridad a los trabajadores.

Apoyo a la salud de los trabajadores

Trabajamos duro para proteger la salud y la seguridad de los trabajadores de nuestra cadena de suministro. Exigimos a nuestros proveedores que proporcionen un entorno de trabajo seguro e higiénico, y acceso a una asistencia médica adecuada en caso de enfermedad o accidente laboral. Todos los trabajadores deben recibir formación periódica y documentada en materia de salud y seguridad. También colaboramos con los proveedores para mejorar y mantener los estándares de salud y seguridad en el lugar de trabajo a través de diversas iniciativas.

Partiendo de estas bases, trabajamos con los proveedores para mejorar la salud y el bienestar de los trabajadores de forma más integral. Esto implica mejorar aún más los procesos de salud y seguridad, ayudar a las personas a acceder a los servicios necesarios y proporcionarles medios eficaces para plantear sus inquietudes. Asimismo, trabajamos junto a los proveedores para formar mejor a los empleados sobre estos procesos y proporcionarles acceso a apoyo externo cuando sea necesario.

Contar con mecanismos de reclamación eficaces es fundamental para promover la salud y el bienestar

de los trabajadores, al tiempo que permite comprender y abordar otras cuestiones a las que se enfrentan las personas en el lugar de trabajo. Estos mecanismos deben permitir a las personas plantear de forma segura los problemas que experimentan en el trabajo sin miedo a represalias. En nuestro Código de Conducta del Proveedor se establece la obligatoriedad de estos mecanismos, y estamos trabajando con nuestros proveedores para ampliar el acceso a y mejorar los canales de denuncia con el fin de facilitar a las personas el poder expresarse.

Durante este año, llevamos a cabo cuatro iniciativas para mejorar la salud física y mental y el bienestar de los trabajadores en más de 300 fábricas.

Mejora de la responsabilidad de los directivos

Nuestro programa EHS Now! implementado en China mejora las habilidades de los directivos en una amplia gama de temas relacionados con el medioambiente y la salud y la seguridad (EHS), incluyendo la seguridad química y los equipos de protección. En julio de 2025 se habían inscrito en este programa casi 400 fábricas de nivel uno de la cadena de suministro de productos terminados. Este año, el programa ha creado grupos de trabajo para cada fábrica y ha asignado a los miembros zonas de responsabilidad específicas, lo que mejorará la rendición de cuentas y aumentará la visibilidad de las cuestiones de EHS.

Impacto local generado por la apertura/reubicación de tiendas Durante el ejercicio fiscal 2024/2025:

Apertura de tienda en Lugo (16 de mayo de 2025)

- Empleo generado (contrataciones externas): 63
- Promociones internas: 5

Apertura de tienda en Zaragoza (25 de julio de 2025)

- Empleo generado (contrataciones externas): 20
- Promociones internas: 12

Ferias de empleo en en España en las que ha participado Primark

Feria	Lugar	Modalidad	Fecha
1. Feria de Empleo de UNIE Universidad	Madrid	Presencial	18/09/2024
2. Feria de Empleo PalmaActiva	Mallorca	Presencial	27/09/2024
3. Feria de Empleo Cruz Roja de Málaga	Málaga	Presencial	15/10/2024
4. II Feria de Empleo	La Rioja	Presencial	16/10/2024
5. Feria de Empleo UNIVERSIA	España	Online	16/10/2024

6. IE Universidad	Madrid	Presencial	22/10/2024
7. Feria de Empleo del Centro Comercial de Majadahonda	Madrid	Presencial	06/11/2024
8. Feria de Empleo para Personas con Discapacidad	Madrid	Presencial	11/11/2024
9. Feria de Empleo de UNIR	España	Online	12/11/2024
10. Talent Day, Universidad Europea	Madrid	Presencial	14/11/2024
11. Feria de Empleo de Elle Education	Madrid	Presencial	20/11/2024
12. Feria de Empleo de la Universidad de Nebrija	Madrid	Presencial	27/11/2024
13. Feria de Empleo de la Universidad IMF	Madrid	Presencial	28/11/2024
14. Feria de Empleo del Ayuntamiento de Marbella	Marbella	Presencial	16/01/2025
15. Tercera Feria de Empleo y Formación Profesional	Lorca	Presencial	05/02/2025
16. Fira Ocupació Valencia	Valencia	Presencial	12/02/2025
17. Feria de Empleo para Personas con Discapacidad- UPAPSA	Murcia	Presencial	13/02/2025
18. Talent Day, Universidad EADA	Barcelona	Presencial	27/02/2025
19. IE Universidad	Madrid	Presencial	04/03/2025
20. Feria de Empleo del Ayuntamiento de Málaga	Málaga	Presencial	06/03/2025
21. Feria de Empleo de la Universidad de Nebrija	Madrid	Presencial	12/03/2025
22. Feria de Empleo PalmaActiva	Mallorca	Presencial	17/03/2025
23. Feria de Empleo de EAE Business School	Madrid	Presencial	18/03/2025
24. Feria de Empleo de EAE Business School	Barcelona	Presencial	26/03/2025
25. Feria de Empleo de UNIR	España	Online	01/04/2025
26. Talent Day, Universidad Europea	Madrid	Presencial	02/04/2025
27. Feria de Empleo del Ayuntamiento de Valencia	Valencia	Presencial	02/04/2025
28. Feria de Empleo de UOC	España	Online	02/04/2025
29. Retail Street Talent	Madrid	Presencial	24/04/2025
30. Feria de Empleo Cruz Roja de Fuengirola	Málaga	Presencial	22/05/2025
31. Feria de Empleo de ESIC Granada	Granada	Presencial	28/05/2025
32. Feria de Empleo de Elle Education	Madrid	Presencial	28/05/2025

33. Feria de Empleo Cruz Roja de Almería	Almería	Presencial	29/05/2025
34. Feria de Empleo Cruz Roja de Málaga	Málaga	Presencial	30/05/2025
35. Feria de Empleo de Bilbao	Bilbao	Presencial	10/06/2025

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

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

Primark Tiendas 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 reventa cuyas tarifas propuestas sobrepasan un determinado umbral, nuestros departamentos de Procurement y Legal (P & C) 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 reventa) 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 de la oferta de bienes y 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 Customer Promise

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.

Customer Journey

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 Salud y Seguridad

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 tiendas 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 destinados a reventa

Inmediatamente tras tener conocimiento de un riesgo de salud o seguridad, ya sea por detección interna o 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 las fechas de caducidad de los productos alimenticios en todas nuestras tiendas.

Accidentes e incidentes de clientes

Protocolo de actuación interna en tienda, primeros auxilios y aviso a servicios de emergencia en caso de ser 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 así 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, esta 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>

primark.com/es-es/ayuda/formulario-contacto

PRIMARK®

Buscar

MUJER HOMBRE NIÑOS Y NIÑAS BEBÉ HOGAR TIENDA DE VACACIONES COLABORACIONES BELLEZA

Ponte En Contacto Con Nosotros

Vas a enviar una consulta al equipo de atención al cliente. Si quieres enviar tu consulta a otro equipo, modifica tu ubicación.

Motivo de la consulta

Seleccionar

Nombre

Apellidos

Correo electrónico

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.

Ahora los clientes también pueden utilizar la nueva función de chatbot, que les permite realizar consultas de forma autónoma y encontrar respuestas a las preguntas más frecuentes, como el horario de apertura de las tiendas, consultas sobre tarjetas regalo, etc. Desde su lanzamiento, el chatbot ha tenido 22.804 interacciones con nuestros clientes españoles.

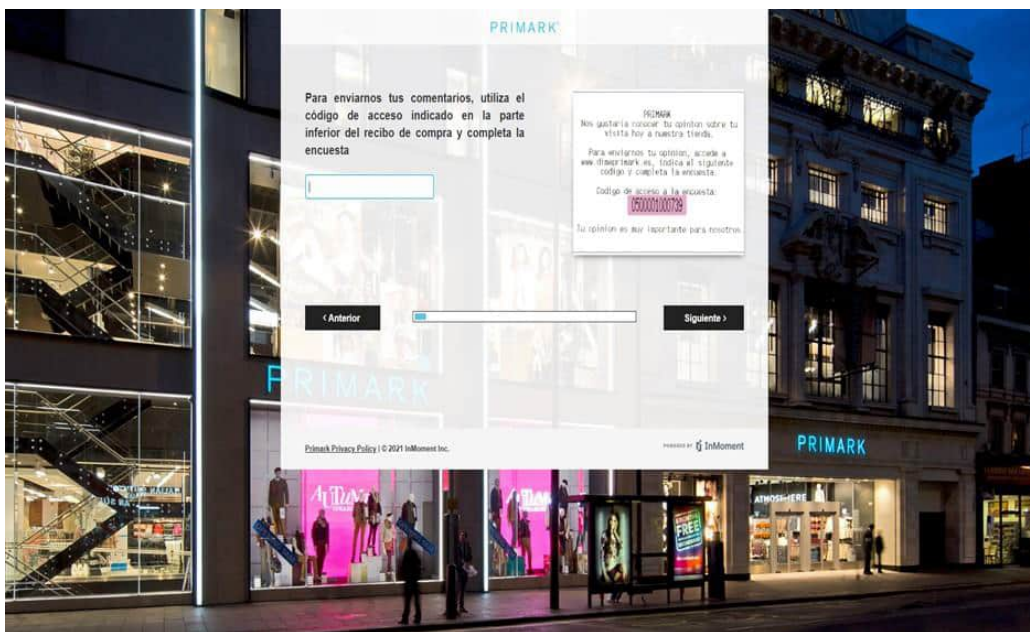
Encuesta de satisfacción de nuestros clientes

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 de 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 resultados del informe muestran:

- El número de respuestas de 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 de clientes durante el ejercicio fiscal 2024/2025 para España (total anual) son:

El número total de reclamaciones online ascendió a 21,441, todas ellas resueltas. Debajo puede verse el desglose de reclamaciones en once subapartados. El tiempo de resolución medio SLA fue de 18.5 h

Grupo de casos	Tiempo medio de respuesta	N.º casos recibidos
Atención al cliente en España	18.5 horas	21,441

Grupo de casos	Tipo de caso	N.º casos resueltos
Atención al cliente en España	Quejas al servicio de atención al cliente	2,569
	Consultas genéricas a atención al cliente	8,811
	Consultas online	1,387
	Reclamaciones de productos	1,069
	Consultas sobre productos	5,989
	Disponibilidad de existencias	1,251
	Protección de datos	4
	Quejas de vigilantes de seguridad	208
	Relación con cliente	146
	Producto ético	1
	Ética	2
	Recogida en tienda	1
	Servicios en tienda	3

Todas las comunicaciones son gestionadas en un sistema centralizado llamado Salesforce por los agentes de Concentrix. Véase la interfaz a continuación:

Los resultados de las consultas en tienda de clientes durante el ejercicio fiscal 2024/2025 para España (total anual) fueron:

Todas las quejas y reclamaciones fueron resueltas. El número total de quejas en el ejercicio fue de 3,847. Este total se desglosa en 2,545 quejas por cuestiones de personal, entorno, empleados y cajas, y 1,302 quejas por cuestiones de producto, seguridad y accidentes. El tiempo medio de respuesta fue inferior a 28.7 h para todas aquellas presentadas en tienda.

Reclamaciones	Asunto	N.º reclamaciones
Excluidos productos, seguridad y accidentes	Personal	312
	Medioambiente	120
	Reembolsos y cambios	570
	Sobrecargos/cajas/tarjetas de crédito	1,196
	Probadores	53
	Otros	294
		2,545

Reclamaciones	Asunto	N.º reclamaciones
Excluidos productos seguridad y accidentes	Producto	1,069
	Seguridad	208
	Accidente	25
		1,302

Los resultados de las consultas online de clientes durante el ejercicio fiscal 2023/2024 para España (total anual) fueron:

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 medio SLA fue de 24.75 h

Grupo de casos	Tiempo medio de respuesta	N.º casos resueltos
Atención al cliente en España	24.75	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 a 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

Los resultados de las consultas en tienda de clientes durante el ejercicio fiscal 2023/2024 para España

(total anual) fueron:

Todas las quejas y reclamaciones fueron 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 fue inferior a 10 días para todas las presentadas en tienda.

Reclamaciones	Asunto	N.º reclamaciones
Excluidos productos, seguridad y accidentes	Personal	427
	Medioambiente	166
	Reembolsos y cambios	696
	Sobrecargos/cajas/tarjetas de crédito	2,170
	Probadores	65
	Otros	57
		3,581

Reclamaciones	Asunto	N.º reclamaciones
Excluidos productos, seguridad y accidentes	Producto	2,003
	Seguridad	224
	Accidente	29
		2,256

Información fiscal

A continuación se muestra el beneficio total obtenido y el impuesto sobre el beneficio abonado por Primark durante el ejercicio 2024/2025:

País	Beneficio obtenido (€)
España	45.9 millones
Total	45.9 millones

País	Impuesto sobre beneficios abonado (€)
España	11.4 millones
Total	11.4 millones

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 2023/2024:

País	Beneficio obtenido (€)
España	57.5 millones
Total	57.5 millones

País	Impuesto sobre beneficios abonado (€)
España	2.8 millones
Total	2.8 millones

Durante los ejercicios fiscales 2024/2025 y 2023/2024 no se recibieron subvenciones públicas.

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”</p> <p>Página 41</p> <p>“Acerca de Associated British Foods PLC”</p> <p>Página 42</p> <p>“Nuestra estrategia Primark Cares”</p> <p>Páginas 43 - 44</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>	<p>“Asuntos materiales y compromiso de las partes interesadas”</p> <p>Páginas 38 - 40</p>	

<p>Políticas y resultados de estas políticas</p>	<p>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>	<p>GRI 2-23 Compromisos y políticas</p> <p>GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas</p>	<p>“Introducción” Página 38</p> <p>Consultar las políticas mencionadas a lo largo de todo el informe</p>	
<p>Principales riesgos e impactos identificados</p>	<p>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.</p>	<p>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</p>	<p>“Gestión de riesgos no financieros” Páginas 45 - 53</p>	

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)	“Gestión de riesgos no financieros” Páginas 45 - 53	
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental		“Cuestiones medioambientales” Páginas 54 - 81	
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales		Referencia a la certificación ISO 50001 Página 58	
	Aplicación del principio de precaución		“Gestión del riesgo climático de Primark” Página 64	
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales		GRI 2-23 Compromisos y políticas Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental (si aplica) “Nuestra estrategia Primark Cares” Páginas 43 - 44 “Cuestiones medioambientales” Páginas 54 - 81 “Introducción” Página 38	
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	“Cuestiones medioambientales” Páginas 54 - 81 “Reducir a la mitad la huella de carbono global de Primark”	

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios / Razón de la omisión
			Página 55 "Ropa diseñada para ser reciclada" Página 65	
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	"Incorporación del diseño circular" Páginas 65-66 & 74-75	
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		El desperdicio de alimentos no es considerado 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	"El enfoque de Primark hacia el agua" Páginas 75 - 78	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	Páginas 74	

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios / Razón de la omisión
	Consumo , directo e indirecto, de energía	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	“Reducción de las emisiones de nuestras operaciones de Primark (Alcance 1 y 2) Páginas 57 - 60	
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Uso de energías renovables	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización		
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)	“Reducción de las emisiones de nuestras operaciones de Primark (Alcance 1 y 2) Páginas 57 - 60	
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Gestión del riesgo climático de Primark” Página 64 “Reducción de las emisiones de nuestras operaciones de Primark (Alcance 1 y 2) Páginas 57 - 60	

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios / Razón de la omisión
	Metas de reducción establecidas voluntariamente	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Gestión del riesgo climático de Primark” Páginas 64	
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“The Primark Cotton Project” Páginas 70 - 72	
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas		“Medición del impacto del Primark Cotton Project en la biodiversidad” Página 71	

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 en España” Páginas 87 - 88	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 en España” Páginas 89 - 90	
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados	“Empleo en España” Páginas 89 - 90	
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	“Empleo en España” Páginas 91 - 92	
	Brecha salarial	Marco interno: el cálculo se ha realizado con la siguiente formula: (Remuneración media hombres - Remuneración media mujeres)/Remuneración media hombres	“Empleo en España” Páginas 90 - 91	
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	Marco interno: Remuneración media (incluye la retribución total del año, salario fijo y todas	“Empleo en España” Páginas 90 - 91	

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
	Remuneración media de los consejeros por sexo	las retribuciones variables (Dietas, indemnizaciones, el pago a sistemas de previsión de ahorro, etc.) obtenidas durante el año.		Primark Tiendas SLU cuenta con 3 miembros en el Consejo de Administración, todos ellos hombres. Durante este ejercicio, la retribución media de los consejeros de Primark Tiendas SLU ascendió a € 58,410.58 (FY23/24 €47,557.75)
	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 84	
	Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	“Empleo en España” Página 91	
	Organización del tiempo de trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Organización del trabajo”	

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Organización del trabajo			Página 92	
	Número de horas de absentismo	Marco interno: tasa de absentismo	“Organización del trabajo” Página 92	
	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	“Organización del trabajo” Página 92	
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 93 - 95	
	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” Páginas 94 - 95	
Relaciones sociales	Organización del diálogo social	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Relaciones sociales” Páginas 96 - 98	
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva		
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
	campo de la salud y la seguridad en el trabajo			
	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 96 - 98	
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 99 - 104	
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Marco interno	“Formación” Página 103	
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Accesibilidad universal de las personas con discapacidad” Páginas 104 - 105	
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 105 -106	
	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		

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Accesibilidad universal de las personas con discapacidad” Páginas 104 – 105	
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	“Igualdad” Páginas 105 –106	

Información sobre el respeto de los derechos humanos

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
<p>Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos</p>	<p>GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</p> <p>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</p>	<p>“Debida diligencia en DD. HH. en el Primark Cotton Project”</p> <p>Página 72</p>	
<p>Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos</p>	<p>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</p> <p>GRI 2-23 Compromisos y políticas</p> <p>GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</p>	<p>“Debida diligencia en DD. HH. en el Primark Cotton Project”</p> <p>Página 72</p> <p>“Respeto de los derechos humanos”</p> <p>Páginas 109 - 110</p>	
<p>Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos</p>	<p>Marco interno: información cuantitativa del número de denuncias.</p>	<p>“Respeto de los derechos humanos”</p> <p>Páginas 107 - 110</p>	
<p>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</p>	<p>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</p> <p>GRI 2-23 Compromisos y políticas</p>	<p>“Organización del trabajo”</p> <p>Página 92</p> <p>“Igualdad”</p> <p>Páginas 105 -106</p>	

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	<p>GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos</p> <p>GRI 2-23 Compromisos y políticas</p> <p>GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</p>	<p>“Cuestiones sobre la lucha contra la corrupción y el soborno “</p> <p>Páginas 111 - 112</p>	
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	<p>GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos</p> <p>GRI 2-23 Compromisos y políticas</p> <p>GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</p>	<p>“Blanqueo de capitales”</p> <p>Página 112</p>	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	<p>GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido</p>	<p>“Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro”</p> <p>Página 112</p>	

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 113	
	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 113	
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	“Información sobre asuntos societarios de la empresa” Páginas 113 - 131 “Encuesta de satisfacción de nuestros clientes” Páginas 127 - 131	
	Acciones de asociación o patrocinio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-28 Afiliación a asociaciones Marco interno: descripción de las acciones de asociación o patrocinio.	“Información sobre asuntos societarios de la empresa” Páginas 113 - 131 “The Primark Cotton Project” Páginas 70 - 72	
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	“Proveedores de bienes y servicios no destinados a la reventa”	

	<p>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental</p>	<p>otras relaciones comerciales</p> <p>GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas</p>	<p>Páginas 121 - 122</p> <p>“Comprender los riesgos y apoyar a las personas en nuestra cadena de suministro” Página 108</p>	
	<p>Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas</p>	<p>GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales</p>		

Consumidores	<p>Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores</p>	<p>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</p>	<p>“Comprender los riesgos y apoyar a las personas en nuestra cadena de suministro” Página 108</p>	
	<p>Sistemas de reclamación</p>	<p>GRI 2-16 Comunicación de inquietudes críticas</p> <p>GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos</p>	<p>“Riesgos de salud y seguridad de los productos destinados a reventa” Página 124</p>	
	<p>Quejas recibidas y resolución de las mismas</p>	<p>GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos</p> <p>Marco interno: información sobre quejas y oportunidades de mejora</p>	<p>“Reclamaciones de clientes en tienda” Página 125</p> <p>“Reclamaciones/consultas de clientes online” Páginas 125 - 131</p> <p>“Encuesta de satisfacción de nuestros clientes” Páginas 127 - 131</p>	

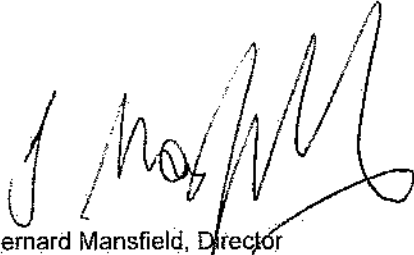
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	"Información fiscal" Página 132	
	Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 207-4 Presentación de informes país por país		
	Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno		

PRIMARK TIENDAS, S.L.U.

FORMULACIÓN

Reunidos los Administradores de Primark Tiendas, S.L.U., con fecha de 27 de marzo de 2026 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 2024 y el 31 de agosto de 2025. Las cuentas vienen constituidas por los documentos anexos que preceden a este escrito, con un total de 148 páginas, incluyendo la portada, índice y las diligencias de firmas.

Firmantes:

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

Bernard Mansfield, Director

FORMULACIÓN

Reunidos los Administradores de Primark Tiendas, S.L.U., con fecha de 27 de marzo de 2026 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 2024 y el 31 de agosto de 2025. Las cuentas vienen constituidas por los documentos anexos que preceden a este escrito, con un total de 148 páginas, incluyendo la portada, índice y las diligencias de firmas.

Firmantes:

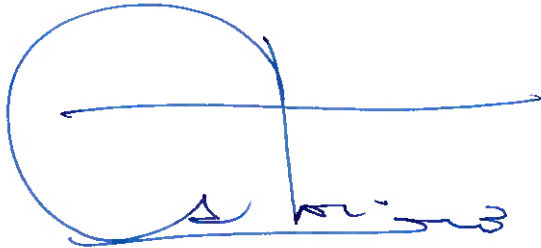
A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal tail stroke.

Stephen Mullen, Director

FORMULACIÓN

Reunidos los Administradores de Primark Tiendas, S.L.U., con fecha de 27 de marzo de 2026 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 2024 y el 31 de agosto de 2025. Las cuentas vienen constituidas por los documentos anexos que preceden a este escrito, con un total de 148 páginas, incluyendo la portada, índice y las diligencias de firmas.

Firmantes:

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'C' followed by a horizontal line and a series of loops and flourishes.

Carlos Rafael Fiel Inácio, Director

**Informe de Verificación Independiente
del Estado de Información No Financiera
correspondiente al ejercicio anual
finalizado el 31 de agosto de 2025**

PRIMARK TIENDAS, S.L.U.



**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

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 adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de agosto de 2025, de PRIMARK TIENDAS, S.L.U. (en adelante la entidad) que forma parte del Informe de Gestión de la entidad.

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" incluido en el EINF adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión de PRIMARK TIENDAS, S.L.U., así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de la entidad. 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 a lo mencionado para cada materia en el Anexo "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018" del citado Estado.

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 de PRIMARK TIENDAS, S.L.U. 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 de PRIMARK TIENDAS, S.L.U. 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 2025 en función del análisis de materialidad realizado por la entidad 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 2025.
- ▶ 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 2025.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2025 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 de PRIMARK TIENDAS, S.L.U. correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de agosto de 2025 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.

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

ERNST & YOUNG, S.L.

2026 Núm. 01/26/03736
SELLO CORPORATIVO: 30.00 EUR

.....
Sello distintivo de otras actuaciones
.....

ERNST & YOUNG, S.L.

Elena Fernández García

30 de marzo de 2026