



# MANGO

MEMÒRIA DE  
SOSTENIBILITAT  
2016



CARTA DEL  
PRESIDENT / 3

DADES RELLEVANTS  
2016 / 5

## **SOBRE MANGO**

6

EL GRUP / 7

EL CONCEPTE  
MANGO / 9

GOVERN  
CORPORATIU / 10

## **EL MODEL DE SOSTENIBILITAT**

11

LA RELACIÓ AMB LA  
SOCIETAT I ELS CLIENTS / 20

ELS EMPLEATS / 32

LA CADENA DE  
SUBMINISTRAMENT / 40

GESTIÓ AMBIENTAL / 52

QUALITAT I SEGURETAT EN ELS  
NOSTRES ARTICLES / 63

DADES ECONÒMIQUES / 68

## **SOBRE LA MEMÒRIA**

76

VERIFICACIÓ  
DE LA MEMÒRIA / 78

ÍNDEX DE CONTINGUTS  
GRI G4 / 79

TAULA DE CONTINGUTS  
DEL PACTE MUNDIAL / 96





## CARTA DEL PRESIDENT

Des de fa anys, a MANGO hem desenvolupat una activitat rellevant en acció social i RSC, però ho hem fet per convicció i amb un perfil comunicatiu molt baix. Sens dubte, avui el món es mou cap a la transparència, cap a gestionar més bé tots els nostres impactes, cap a contribuir a una societat millor. Des de Presidència ho considerem una oportunitat de poder aportar de manera positiva al desenvolupament sostenible i així ho hem reflectit en el Pla Take Action de RSC 2017-2020, i que forma part del Pla de Negoci *Compass*, el full de ruta del nostre grup.

Take Action és un pla ambiciós i consensuat, les prioritats del qual s'han marcat tenint en compte l'opinió del Comitè de Direcció i dels caps de departament, i en la definició de les seves iniciatives hi han participat gairebé cent col·laboradors.

Suposa un pas endavant important en la responsabilitat social a MANGO, l'oportunitat de demostrar amb accions i recursos addicionals que som capaços d'assolir nous objectius de creixement, de rendibilitat i de marca contemporània, *chic*, amb estil però també compromesa.

Els resultats de MANGO al tancament de l'exercici 2016 mostren una facturació de 2.260 milions d'euros. Estem especialment satisfets amb l'evolució d'alguns dels nostres negocis més recents, MAN, KIDS i VIOLETA, que ja representen més del 17% de la facturació total. També estem consolidant les nostres megabotigues amb el concepte The Line, que incorpora més espai per a clients i col·leccions, un disseny arquitectònic i l'última tecnologia. Ja tenim un total de 191 megabotigues als mercats principals. Al final de l'any 2016 estàvem presents en 110 països, amb 2.217 punts de venda físics.

Passant al món digital, la venda online va créixer més del 25%, cosa que va suposar el 13% de la facturació. És una de les grans apostes de la nostra companyia, atès el seu desenvolupament, que es deu, principalment, a les millores constants en el servei al client: lliuraments el mateix dia, servei *click-and-collect* a la botiga, etc.

És necessari reinvertir per ajustar-se al que el consumidor demana. Sap el que vol i ho busca, per això, un servei cada vegada més àgil i personalitzat és el que marca la diferència. Tot això ho estem aconseguint gràcies a la inversió realitzada en tecnologia i logística e.business dels últims anys i a l'aposta per una estratègia omnicanal com a eix principal.

Aquest any, hem redoblat el nostre esforç per servir els nostres franquiciats, un dels pilars fonamentals del model de negoci, per mitjà d'un nou showroom, i estem treballant en millores de les eines de comunicació. D'altra banda, ja hem posat en marxa el nou magatzem automatitzat de penjat de Lliçà, que ens permetrà ampliar capacitat de servei a totes les botigues amb una gestió acurada de les peces delicades.

Cada vegada són més les persones que confien en MANGO. Per això, ferms en el nostre compromís de respondre les expectatives dels nostres grups d'interès i en línia amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible, al llarg de l'any passat hem anat assentant les bases per afermar el nostre creixement de manera més responsable i sostenible. Els primers resultats els podrem veure al llarg d'aquest any i es detallaran a la memòria del 2017. Com a breu avançament, destacaria la feina que s'està fent entre diversos departaments de la casa per assegurar la bona gestió de la nostra cadena de subministrament. El nivell d'exigència en la selecció dels nostres proveïdors és cada vegada més gran, perquè som conscients que part de l'èxit de MANGO depèn d'ells.

D'altra banda, en l'àmbit mediambiental, un dels reptes que ens hem marcat consisteix en la reutilització i el reciclatge del residu tèxtil. Fidels a un model d'economia circular, col·laborem amb entitats socials per a la revaloració de peces en desús que els clients poden dipositar a les nostres botigues i els nostres col·laboradors de central als seus centres de treball.

Aquest compromís amb la societat posa de manifest el meu convenciment que les empreses no poden créixer ni ser competitives en una societat que s'empobreix econòmicament i socialment, d'aquí la necessitat d'impulsar pràctiques que potenciïn un impacte positiu en el nostre entorn i en totes les nostres àrees d'influència. Això ens ha portat a consolidar la nostra implicació en projectes socials de desenvolupament i cooperació amb diverses organitzacions no governamentals, a col·laborar activament amb universitats i escoles per mitjà de la Càtedra MANGO de RSC, etc. Continuarem en aquesta línia com a resposta, també, als Principis del Pacte Mundial de les Nacions Unides.

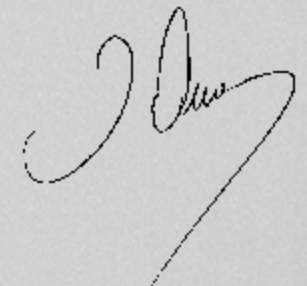
En definitiva, hem fet molt en molt poc temps i em sento optimista perquè confio que a mitjà termini veurem els resultats de la feina feta. A vegades em pregunten com hem aconseguit que aquesta empresa hagi arribat tan lluny i la meua resposta és sempre la mateixa: envoltant-me de grans professionals i grans persones, i escoltant els seus suggeriments.

A la nova *Memòria de sostenibilitat 2016* que us presentem, trobareu el resultat de la feina feta a la nostra organització l'any passat, seguint els criteris establerts per Global Reporting Initiative (GRI), Guia G4, i que, a més, inclou aspectes del suplement sectorial.

Us animo a veure en aquestes pàgines informació detallada de les nostres accions, els resultats obtinguts i els objectius que ens marquem per als pròxims anys.

És la culminació d'una feina feta des de la professionalitat i el compromís de tot l'equip humà que forma MANGO. A tots ells, gràcies i endavant.

**ISAK ANDIC**  
President





## DADES RELLEVANTS 2016

### CLIENTS

**83**

PAÏSOS AMB  
BOTIGA ONLINE



**798.299**

m² SUPERFÍCIE  
DE VENDA



### ECONOMIA

**2.260**

MILIONS  
D'EUROS DE  
FACTURACIÓ



**79%**

VENDA EN  
MERCATS  
EXTERIORS

FACTURACIÓ  
EN VENDA  
ONLINE

**13%**

### PROVEÏDORS

**>146**

MILIONS  
D'UNITATS  
FABRICADES

**1.249**

FÀBRIQUES  
UTILITZADES

**611**

PROVEÏDORS  
DE PECES I  
COMPLEMENTS

### EMPLEATS

**82%**

DONES EN  
PLANTILLA



**15.730**  
PERSONES EN  
PLANTILLA

**>78.000**  
HORES DE  
FORMACIÓ



### MERCAT

**2.217**

PUNTS DE  
VENDA



**110**

PAÏSOS ON ÉS  
PRESENT

**191**

MEGABOTIGUES

### MEDI AMBIENT

**25**

BOTIGUES  
D'ESPANYA AMB  
CONTENIDORS  
TÈXTILS



**18.137**

Tn CO<sub>2</sub> eq.  
COMPENSADES

**69%**

BOSES  
COMERCIALS  
DE PAPER





## SOBRE MANGO





# EL GRUP

MANGO

MNG

MANGO  
KIDS

MANGO  
MAN

violeta  
by MANGO

MANGO  
BABY

MANGO  
supermarket

MANGO  
OUTLET

MANGO.COM

MANGO MNG HOLDING, S.A.U. és la matriu d'un grup de societats l'activitat principal de la qual és el disseny, la fabricació, la distribució i la comercialització de peces de vestir i complements.

**El fundador de la companyia, Isak Andic, que és l'actual president de la marca, va fundar l'empresa sota el nom de MANGO al passeig de Gràcia, Barcelona, el 1984. MANGO és una empresa familiar i unipersonal, una de les multinacionals més importants d'Espanya al sector.**

El 2008, vam llançar la col·lecció masculina amb la marca MANGO Man; el 2013, dues noves línies: MANGO Kids i MANGO Sports&Intimates; el 2014, VIOLETA by MANGO, amb un patró més ample i un rang de talles més grans, i, a principis del 2015, la línia de BABY de zero a tres anys. Comercialitzem els nostres productes per mitjà de MANGO Online i de la xarxa de botigues, incloent-hi MANGO Outlet.

El 2016, el volum de negoci va ascendir a 2.260.751 milers d'euros, dels quals el 79% correspon a venda en mercats exteriors. A 31 de desembre del 2016, MANGO era present en 110 països per mitjà de 2.217 punts de venda, dels quals 1.050 eren propis i 1.167 franquiciats, amb una superfície total de venda de 798.299 m². Tenim 15.730 empleats a tot el món.

MÉS DE  
**146**  
MILIONS  
D'ARTICLES A  
L'ANY

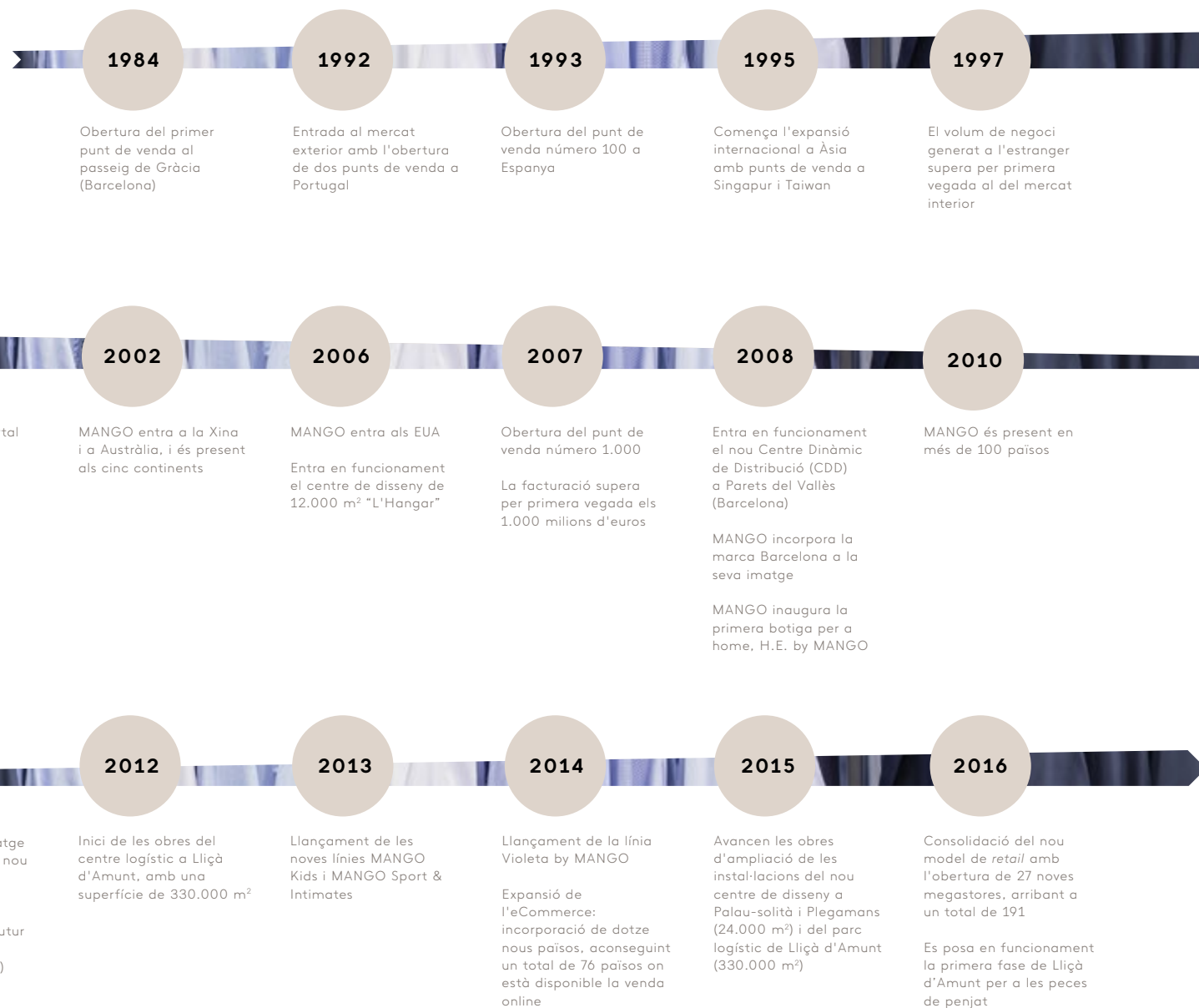
MÉS DE  
**6.400**  
MODELS  
DISSENYATS PER  
TEMPORADA

**MANGO ÉS EL GRUP TÈXTEL  
ESPANYOL MÉS INTERNACIONAL  
I EL SEGON EXPORTADOR  
DEL SECTOR**

A més de l'activitat comercial als punts de venda, existeix una complexa activitat logística de distribució dels nostres articles i matèries, que es complementa amb la logística inversa i l'eCommerce. Els centres des d'on es porta a terme aquesta activitat són majoritàriament instal·lacions situades en localitats properes a Barcelona: la seu central de MANGO, a Palau-solità i Plegamans, el nou parc logístic de Lliçà d'Amunt, els centres de distribució a Parets del Vallès i Palau, així com els magatzems a Montcada, Santa Perpètua de Mogoda, Zona Franca, Terrassa, Sabadell i un altre a la Corunya. De la mateixa manera, també tenim altres magatzems per cobrir totes les necessitats de distribució en diferents àrees geogràfiques de l'estranger: Xangai (Xina), Istambul (Turquia) i Nova Jersey (EUA), a més d'Alemanya i Rússia. D'altra banda, tenim oficines de suport administratiu i per al control de qualitat en origen a la Xina i a Turquia, i des del setembre del 2016 també a Corea del Sud.



## TRAJECTÒRIA HISTÒRICA



## EL CONCEPTE MANGO

El 2013 vam definir el full de ruta per als següents cinc anys, un nou pla de negoci dissenyat per millorar tant la proposta de valor al client com el model operatiu integral de l'empresa. Per aconseguir-ho, els òrgans de govern de la companyia revisen periòdicament el pla d'acció per adaptar-lo a les necessitats de MANGO i a la situació dels mercats en què opera.

Des dels seus inicis, MANGO s'ha caracteritzat per vestir la dona moderna i urbana seguint les tendències més actuals amb dissenys propis, de qualitat i a bon preu.

**Apostant pel disseny del producte, treballem dia a dia per donar resposta a les necessitats del consumidor. Optem per un model de moda dinàmic que permet que les botigues tinguin producte renovat i amb les últimes tendències.**

Continuem mantenint el somni empresarial d'estar presents en totes les ciutats del món, conscients que estem competint al més alt nivell. Amb una actitud positiva, autocrítica constant, millora contínua i sense perdre els valors professionals que es respiren en l'ambient MANGO, que són la nostra essència i identitat.



# GOVERN CORPORATIU

## CONSELL D'ADMINISTRACIÓ

### President ISAK ANDIC

Línies de negoci, Expansió Internacional, Outlet, eBusiness, Enginyeria, Acció Social

### Vicepresident executiu JONATHAN ANDIC

MANGO Man, Imatge, Disseny Gràfic, Comunicació, Comercial Països, Desenvolupament Hangar, Materials, Compra de Tecnologia i Serveis, Interiorisme, Manteniment i obres

### Vicepresident executiu DANIEL LÓPEZ GARCÍA

Expansió, Immobiliària, Coordinació Retail, Gestió Franquícies, Internacional Retail Directors

### Director Financer TONI RUIZ TUBAU

Relacions Bancàries, Control Intern, Planificació Econòmica, Control de Gestió, Administració, Legal

### Director d'Operacions i Estratègia CARLOS COSTA ROVIRA

Import/Export, Logística, Distribució, Persones, Tecnologia, RSC, Estratègia

## COMITÈ DE DIRECCIÓ

### ISAK ANDIC President

### JONATHAN ANDIC Vicepresident Executiu

### DANIEL LÓPEZ GARCÍA Vicepresident Executiu

### TONI RUIZ TUBAU Direcció Financera

### CARLOS COSTA ROVIRA Direcció d'Operacions i Estratègia

### ANTONIO BATLLÓ BUXO DULCE Direcció d'Expansió

### ELENA CARASSO BATLLE Direcció eBusiness i Client

### LUIS CASACUBERTA BAUSILI Direcció MANGO Woman

## COMITÈ EXECUTIU

### IVÁN ABAD IGLESIAS Comercial Països

### VIOLETA ANDIC MAYTEK Violeta by MANGO

### CRISTINA BELIL ROGER MANGO Man

### ANTONIO BATLLÓ BUXE DULCE Expansió Internacional

### ELENA CARASSO BATLLE eBusiness i Client

### MIGUEL DE LA CAPILLA BRUSTENGA Auditoria i Control Intern

### LUIS CASACUBERTA BAUSILI MANGO Woman

### JORGE CORBELLA SIMÓN Sistemes d'Informació

### GUILLERMO COROMINAS PALOMAR Comunicació

### SEZAI EREN CEO Filial Turquia

### MARÍA JESÚS GARCÍA LECUMBERRI Serveis Generals

### SARA LEVY-LANG Country Manager França

### CECILIO LOZANO ÁLVAREZ Logística & Magatzem

### LUIS MASERES GHILONI Complements

### JAIME MUR CAVERO Retail Internacional

### EVA RELLO YUBERO Fàbrica

### JOAN DAVID RIVERA BOSCH Imatge/Marca

### ENCARNACIÓN JUSTICIA RUANO Producte/Col·lecció Dona

### DAVID SANCHO GRAU CEO Xina, Índia, Japó

### ENRIC SOLER MORATA Persones

### MATTEO SGARBOSSA Retail Internacional

### LORENA SUÁREZ SÁNCHEZ MANGO Kids

MANGO és una empresa familiar els propietaris de la qual dirigeixen directament el dia a dia de l'organització, per la qual cosa la comunicació amb els diferents àmbits de l'empresa és completa i permanent.

Tant els membres del Consell com els del Comitè ocupen càrrecs executius dins de l'estructura de l'organització i tenen gran experiència en els seus diferents àmbits. Les retribucions dels òrgans de govern tenen una part fixa i una de variable en funció dels objectius assolits.

El 2015 vam crear un Comitè de Direcció, format per vuit membres, que té com a objectiu facilitar la comunicació entre el Consell d'Administració i el Comitè Executiu. Aquest òrgan de govern s'emmarca dins de l'objectiu de continuar amb la professionalització de la direcció per adaptar-se a les necessitats de creixement i reforçar les dues grans àrees del grup: producte i retail.

A MANGO tenim un Departament d'Auditoria Interna que fa una avaluació contínua de tots els àmbits de l'organització. Aquest departament depèn directament dels administradors del grup.



# EL MODEL DE SOSTENIBILITAT

LA RELACIÓ AMB LA SOCIETAT I ELS CLIENTS

ELS EMPLEATS

LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT

GESTIÓ AMBIENTAL

QUALITAT I SEGURETAT EN ELS NOSTRES ARTICLES

DADES ECONÒMIQUES



## EL MODEL DE SOSTENIBILITAT

La nostra visió de la responsabilitat social corporativa té l'objectiu de fomentar el desenvolupament sostenible al llarg de la nostra cadena de valor. Aquesta manera d'entendre el negoci es materialitza en un model de gestió responsable basat en la recerca de la creació de valor per als nostres grups d'interès.

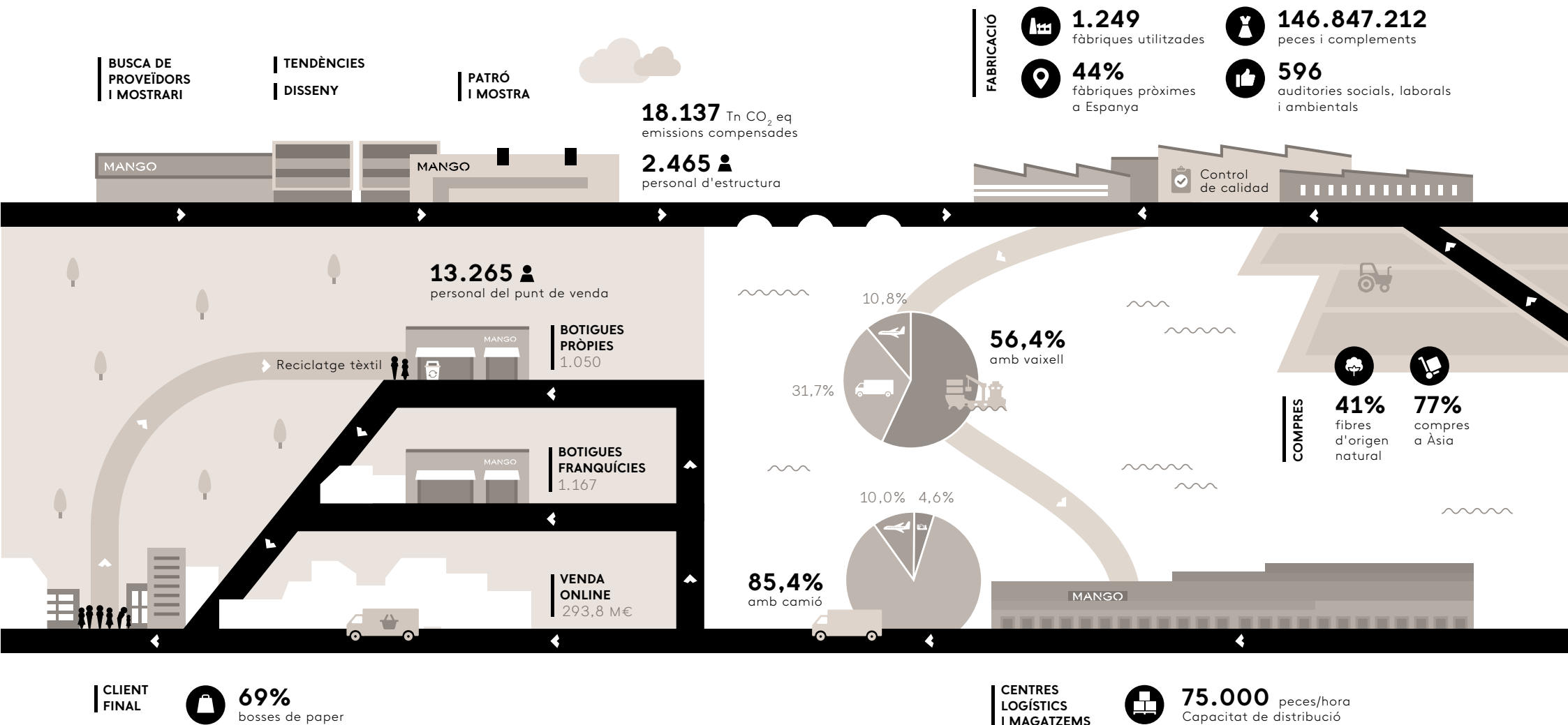
La gestió dels impactes, els riscos i les oportunitats és una eina fonamental per garantir el desenvolupament sostenible de la nostra activitat. Aquest enfocament ens permet alinear els aspectes rellevants amb un enfocament global de gestió de la nostra estratègia.

Amb aquest objectiu, el Consell i els comitès avaluen de manera permanent els riscos derivats dels diferents aspectes de sostenibilitat amb impacte en l'activitat de MANGO prenent totes les mesures necessàries per al seu seguiment i control, fent-ho de manera conjunta amb els departaments de Control Intern, Legal i RSC.

Aquests departaments i òrgans de govern també analitzen els possibles riscos en matèria de corrupció prenent les mesures necessàries per evitar que es produeixin aquest tipus de situacions. El 2015 vam actualitzar el Codi de Corporate Compliance, que reflecteix les pràctiques responsables del grup en tots els seus àmbits d'influència.



## LA NOSTRA CADENA DE VALOR





## ELS NOSTRES GRUPS D'INTERÈS

### CLIENTS

Són la nostra raó de ser i la seva satisfacció és el nostre objectiu principal. Per això, ens assurem que els estàndards de salut i seguretat dels nostres productes siguin els més exigents, per garantir un producte de qualitat, controlant tots els aspectes de la seva fabricació i buscant l'excel·lència en el servei en tot moment.

### SOCIETAT I ALTRES AGENTS SOCIALS

La nostra relació amb la societat està basada en la responsabilitat i en el compromís de col·laboració amb tots els grups socials. Hi mantenim un vincle fluid per mitjà de contactes periòdics, intercanvi d'informació i projectes de cooperació. Una relació de col·laboració mútua és el que ens fa continuar avançant en tots els aspectes.

### FRANQUICIATS

És un dels pilars fonamentals del nostre model de negoci. L'equip d'Expansió ofereix un servei integral al franquiciat: des de la selecció de l'espai i la formació del personal, fins a la posada en marxa i l'obertura. La garantia d'uns marges específics, així com la propietat de l'estoc per part de MANGO fins que el franquiciat fa la seva venda també són elements clau en els quals es basa aquesta relació. MANGO ha crescut amb els seus franquiciats, arribant a ser una de les empreses franquiciadores amb més reconeixement internacional.

### EMPLEATS

Assolir els objectius de creixement de MANGO només és possible amb el suport incondicional d'un equip amb qualitat humana i amb una mentalitat sòlida, oberta i flexible. Oferir canals de comunicació i diàleg, potenciar el talent i la formació i afavorir el desenvolupament professional són eines fonamentals per mantenir un equip humà competitiu, motivat, estable i amb ganes de créixer tant personalment com professionalment dins de la companyia.

### PROVEÏDORS

Són un element inicial de la nostra cadena de valor. Som conscients de la importància d'una bona elecció i de mantenir-hi una relació basada en la confiança mútua per garantir el bon funcionament de l'empresa en tots els aspectes. La confiança per poder compartir coneixements, idees, informacions i millores és clau per a una gestió adequada de la cadena que aportï transparència i contribueixi a crear sinergies que es reforcin en el temps.

## ELS NOSTRES IMPACTES, RISCOS I COMPROMISOS EN SOSTENIBILITAT

	ECONÒMIC	SOCIAL I LABORAL	AMBIENTAL	QUALITAT I SEGURETAT EN ELS PRODUCTES	COL·LABORACIÓ AMB LA SOCIETAT
IMPACTES I RISCOS	<p>Estan vinculats a la nostra activitat i al sector en què operem. S'avaluen de manera permanent per part de la direcció de la companyia, que estableix l'estratègia més adequada en tot moment. Les xifres i els resultats del grup asseguren una adequada posició i projecció futura.</p>	<p>Els riscos significatius en aquest àmbit rau en la nostra cadena de producció, a causa de l'entorn i les característiques d'alguns dels països productors. Disposem d'un codi de conducta, d'obligat compliment per part dels proveïdors, així com d'una sèrie de procediments addicionals que fan que aquest risc estigui més controlat. Existeixen uns sistemes de control per al seguiment del codi esmentat, tant de manera directa per part de la nostra organització com de manera conjunta amb les nostres parts interessades i auditors externs.</p>	<p>L'emissió de gasos amb efecte d'hivernacle derivada de la nostra activitat, així com la utilització de productes químics en la fabricació i el procés de producció i distribució mateix són els impactes principals que produïm. El control dels aspectes ambientals a les fàbriques, l'adequació energètica a les instal·lacions i els punts de venda i l'optimització en el transport de mercaderies són actuacions que, entre d'altres, han fet que aquests impactes i els seus riscos estiguin identificats i controlats.</p>	<p>En determinats processos de fabricació es fan servir productes químics amb un ús i uns límits de presència que estan regulats i varien en funció de la legislació de cada país. La nostra política en aquest àmbit fa que aquest risc estigui controlat de manera adequada mitjançant formacions als nostres proveïdors, actualització constant d'acord amb la legislació de l'Estàndard Químic de MANGO i controls per part de laboratoris especialitzats. Aquestes accions permeten detectar i eliminar de la nostra col·lecció les peces i els complements que no compleixen l'estàndard establert esmentat.</p>	<p>Tenim impactes en la societat, tant als països on fabriquem els nostres productes com als països on els comercialitzem, en aspectes com ara la generació d'activitat econòmica i ocupació i, conseqüentment, també en la qualitat de vida i les condicions dels nostres treballadors, dels franquiciats, dels fabricants i de la resta de col·laboradors. El risc principal que es deriva d'aquesta activitat és el de no cobrir les expectatives, tant pròpies com dels diferents grups d'interès, en aquests aspectes. Per aquest motiu, entenem que la cooperació i el treball conjunt amb les nostres parts interessades és fonamental.</p>
COMPROMÍS	 <p>Les nostres operacions i activitats empresarials es desenvoluparan dins d'un marc ètic, amb una actitud correcta i raonable.</p>	 <p>Les relacions laborals es duran a terme de manera equitativa, defensant els drets i els principis fonamentals de les persones.</p>	 <p>L'activitat es durà a terme de manera respectuosa amb el medi ambient.</p>	 <p>S'oferirà als clients un producte de qualitat, garantint també que no impliqui riscos per a la seva salut i seguretat.</p>	 <p>Es col·laborarà conjuntament amb la societat en els diferents àmbits on desenvolupem la nostra activitat. Tots els franquiciats i els fabricants de MANGO també es comprometran amb aquests valors, que també es faran extensius a tots els col·laboradors.</p>



## EL MODEL DE SOSTENIBILITAT

Tots aquests compromisos queden recollits al Codi Ètic de MANGO i es tenen en compte als plans i els objectius empresarials amb la finalitat de vetllar per la rendibilitat i la sostenibilitat del negoci en el temps. A més, disposem de polítiques i procediments alineats amb aquests objectius que estan basats en sistemes de gestió simples i eficients, verificats de manera independent tant internament com externament.

En el marc d'aquests compromisos, hem integrat els Objectius de Desenvolupament Sostenible de l'Organització de les Nacions Unides, treballant per complir els objectius més afins i assolibles pel nostre tipus d'activitat.



**MANGO es va unir el 2003 al Pacte Mundial de les Nacions Unides i actualment disposa del nivell advanced, el nivell de més qualitat en el reporting**

# MANGO | **TAKE ACTION**

El 2016 hem desenvolupat el Pla estratègic de responsabilitat social corporativa, que, sota el nom de TAKE ACTION, engloba els objectius fixats per a l'horitzó 2017-2020 en matèria ambiental, de la cadena de subministrament i benestar de l'empleat.

**TAKE ACTION ÉS UN PLA AMBICIÓS QUE PRETÉN REAFIRMAR EL POSICIONAMENT CLAU DE LA RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA DINS DE L'EMPRESA**



## LA RSC A LLARG TERMINI

2001

Acord amb l'**Institut Tecnològic Tèxtil - Aitex** que garanteix que les nostres peces i complements no contenen substàncies nocives per a la salut.

2002

Creació del **Departament de Responsabilitat Social Corporativa**.

Elaboració del Codi Ètic de MANGO i del **Codi de Conducta per a proveïdors**.

Inici de les auditories internes i externes de verificació del compliment del Codi de Conducta per a proveïdors.

2005

Publicació de la **primera memòria de sostenibilitat** de MANGO elaborada segons la guia del Global Reporting Initiative (GRI).

2006

Acord de col·laboració amb el sindicat **Comissions Obreres (CCOO)**, concretament amb la Federació Tèxtil i Química (FITEQA), en aspectes com l'estructura i el contingut de la memòria de sostenibilitat, i en el seguiment i la verificació de les fàbriques amb què treballem.

Creació de la **Càtedra MANGO de Responsabilitat Social Corporativa** amb l'Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI), que pertany a la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). ([mango.esci.es](http://mango.esci.es)).

2007

Inici de la participació en dos **programes màster**: un programa de retail amb l'Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI), i un programa en gestió de la indústria de la moda i el disseny amb l'Escola Superior de Disseny (ESDI).

2008

Acord de col·laboració amb la **Fundació per a l'Adopció, l'Apadrinament i la Defensa dels Animals (FAADA)**, que pertany a la coalició internacional Fur Free Alliance (FFA).

2009

Acord amb la **Fundació Ecodes** per a la verificació del càlcul de les nostres emissions de gasos amb efecte d'hivernacle.



2011

Incorporació al **Programa tRanSparÈncia** per impulsar la incorporació de polítiques de responsabilitat social al llarg de la cadena de subministrament de les empreses, impulsat pel Consell de Cambres, la Generalitat de Catalunya i amb la col·laboració de l'organització Global Reporting Initiative (GRI).

Adhesió al **Programa d'Acords Voluntaris** per a la reducció de les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle (GEH), impulsat per l'Oficina Catalana del Canvi Climàtic (OCCC) para als qui busquen un compromís voluntari per reduir les emissions de GEH, més enllà del que obliga la normativa.

2012

Participació en la conferència de les Nacions Unides sobre el desenvolupament sostenible de **Rio+20**, a Rio de Janeiro, on es van aplegar nombrosos líders mundials, juntament amb participants del sector privat, ONG i altres grups, per acordar mesures per reduir la pobresa, fomentar l'equitat social i garantir la protecció del medi ambient.



Membres del **Comitè Executiu de la Xarxa Espanyola del Pacte Mundial** de les Nacions Unides.

Adhesió a la iniciativa **Detox** promoguda per Greenpeace per aconseguir, el 2020, l'abocament zero de productes químics al llarg de la cadena de subministrament.



2013

Signatura de l'**Acord sobre Seguretat en la Construcció d'Edificis i d'Instal·lacions contra Incendis a Bangladesh**, per millorar les condicions de seguretat dels treballadors a les fàbriques de confecció en aquell país ([www.bangladeshaccord.org](http://www.bangladeshaccord.org)).

2014

Participació en el **Grup de Treball d'Empreses i Drets Humans de la Xarxa Espanyola del Pacte Mundial**, que té l'objectiu d'ajudar les organitzacions a implantar els drets humans a la seva cadena de valor.

Adhesió a la iniciativa empresarial **Respon.cat** per al desenvolupament de la responsabilitat social a Catalunya com a integrants del Grup Motor ([www.respon.cat](http://www.respon.cat)).

2015

Llançament d'un **projecte pilot amb Koopera de reciclatge tèxtil en botigues**: recollida de roba i calçat que ja no es fa servir per donar-li un nou ús i contribuir a tancar el cercle.



2016

Desenvolupament del **Pla estratègic responsabilitat social corporativa "Take Action"**, que engloba els objectius en matèria ambiental i social fixats a l'horitzó 2017-2020. Dins del pla destaca la **primera col·lecció sostenible MANGO Committed**, que reflecteix el compromís de treballar seguint criteris de desenvolupament sostenible.



## LA MATERIALITAT, TEMA CLAU DE SOSTENIBILITAT

Per a aquesta edició de la memòria de sostenibilitat, MANGO ha completat i actualitzat l'estudi de materialitat dut a terme els dos últims anys amb l'objectiu d'identificar els temes ambientals, socials, econòmics i de bon govern rellevants per a la sostenibilitat en tota la seva cadena de valor.

Aquest procés es porta a terme amb l'objectiu d'enfocar els continguts de la memòria en el que és rellevant, seguint les pautes de la *Guia per a*

*l'elaboració de memòries de sostenibilitat de Global Reporting Initiative (GRI) en la seva versió G4*, integrant les prioritats de la companyia i les dels seus grups d'interès.

El resultat d'aquest procés es plasma de manera gràfica en la matriu de materialitat, amb els assumptes rellevants prioritzats en funció de dues variables: la rellevància en el negoci i la rellevància per als grups d'interès de MANGO.



### 1. IDENTIFICACIÓ

Es va obtenir com a resultat el llistat preliminar de temes rellevants a partir de l'anàlisi de fonts externes d'informació per identificar tendències, exigències i requeriments en matèria de sostenibilitat i específics del sector, així com de fonts internes, amb la finalitat d'introduir la perspectiva de l'estratègia de l'empresa. Aquest exercici d'anàlisi es va fer per a l'edició 2014 de la *Memòria de sostenibilitat*, i encara es considera vàlid i vigent, ja que no s'han produït canvis significatius en les operacions i l'activitat, la mida, l'estructura accionarial i la cadena de subministrament de MANGO.



### 2. PRIORITZACIÓ

Amb l'objectiu de determinar la rellevància de cadascun dels temes del llistat preliminar es va dur a terme un procés de consulta als grups d'interès. Els càrrecs directius, els empleats, altres agents socials (tercer sector, món acadèmic, mitjans de comunicació i altres organismes), els proveïdors i, com a novetat, els franquiciats han estat consultats mitjançant una enquesta en línia. Per a aquesta edició, s'ha tornat a consultar els empleats, atès que es consideren un grup d'interès clau per a MANGO. Amb la finalitat de reforçar la participació dels clients, es van dur a terme dues sessions presencials a Madrid, que se sumen a les dues fetes a Palau-solità i Plegamans (Barcelona) l'any anterior. En el cas dels càrrecs directius, altres agents socials i proveïdors, no hi ha hagut canvis respecte a l'anàlisi de materialitat anterior.

Com a resultat d'aquesta fase es va obtenir el llistat d'assumptes rellevants prioritzats, considerant materials tots aquells amb importància alta tant per a MANGO com per als seus grups d'interès, alta-mitjana i mitjana-alta i mitjana-mitjana, respectivament.



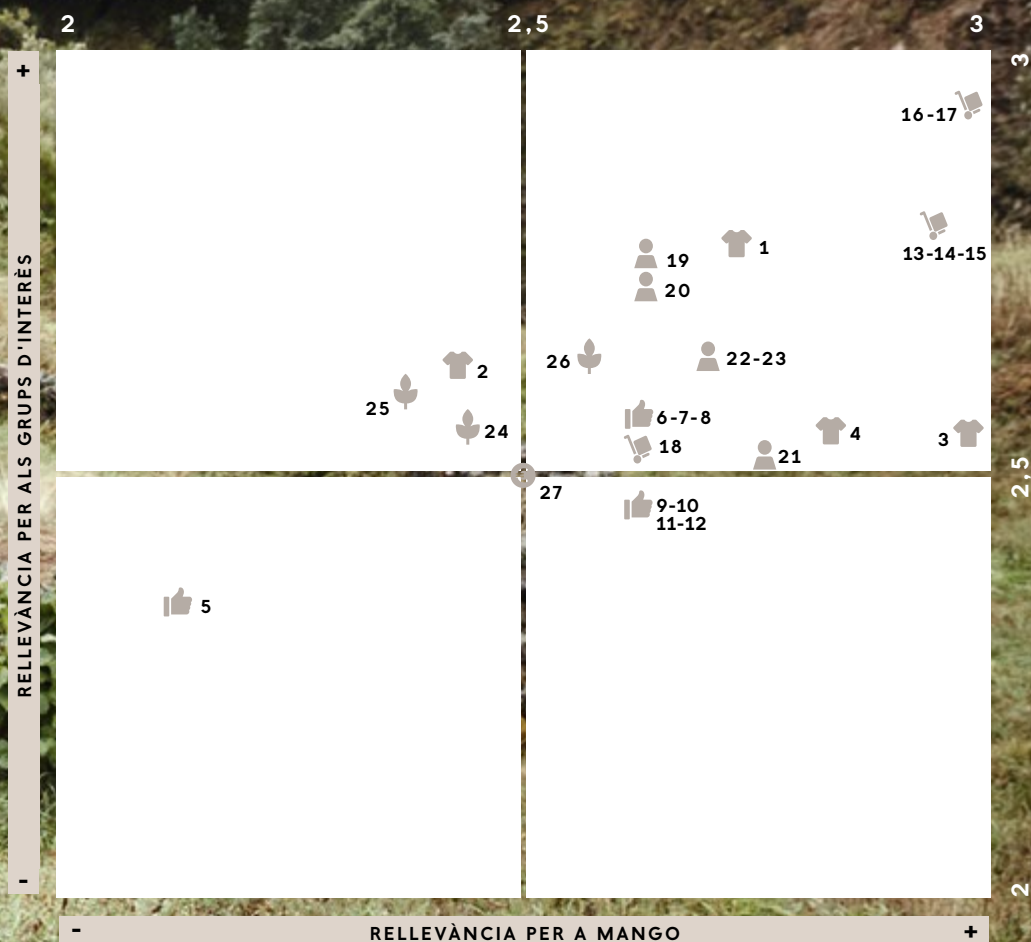
### 3. VALIDACIÓ






L'Àrea de Responsabilitat Social Corporativa va avaluar els resultats derivats de les fases anteriors amb la finalitat d'assegurar que la materialitat reflecteix de manera raonable i equilibrada els temes rellevants per al context i l'acompliment sostenible de MANGO. Com a resultat d'aquesta revisió, s'ha considerat oportú determinar com a materials efluents i residus, i acció social i càtedra RSE.



## MATRIU DE MATERIALITAT

A LA Taula següent es presenten les puntuacions obtingudes per a cadascun dels aspectes rellevants.



	CLIENTS I PRODUCTE	GRUPS INTERÈS*	MANGO
1	Salut i seguretat dels clients	2,78	2,81
2	Compliment regulador	2,60	2,44
3	Etiquetatge dels productes i serveis	2,63	3,00
4	Privadesa dels clients	2,56	2,88
 SOCIETAT I ÈTICA EMPRESARIAL			
5	Acció social i càtedra RSC	2,35	2,13
6	Lluita contra la corrupció	2,61	2,63
7	Pràctiques de competència deslleial		
8	Compliment normatiu	2,43	2,63
9	Codi de conducta intern		
10	Procés d'auditoria		
11	Detecció d'incompliments		
12	Plans d'acció correctius		
 PROVEÏDORS			
13	Avaluació	2,80	2,94
14	Salaris i horaris		
15	No discriminació	2,94	3,00
16	Treball infantil		
17	Treball forçós	2,55	2,63
18	Avaluació dels proveïdors en matèria de drets humans		
 EMPLEATS			
19	Ocupació	2,76	2,63
20	Salut i seguretat a la feina	2,71	2,63
21	Capacitació i educació	2,53	2,75
22	Diversitat i igualtat d'oportunitats	2,63	2,69
23	Igualtat de retribució entre dones i homes		
 MEDI AMBIENT			
24	Emissions	2,56	2,44
25	Efluents i residus	2,60	2,38
26	Compliment regulador	2,64	2,56
 ECONOMIA I ESTRATÈGIA			
27	Acompliment econòmic	2,50	2,50

\* Mitjana calculada en base als percentatges de ponderació dels grups d'interès.



# LA RELACIÓ AMB LA SOCIETAT I ELS CLIENTS

Els nostres clients són la raó de ser de la nostra organització i la seva satisfacció és el nostre objectiu principal, oferint-los un producte de qualitat, amb seguretat i garanties en tots els aspectes de la seva fabricació i buscant l'excel·lència en el servei en tot moment, per mitjà de totes les línies de disseny.



## EXCEL·LÈNCIA EN EL SERVEI I L'ATENCIÓ AL CLIENT

Els punts de venda estan situats als carrers i les zones comercials principals, dissenyats especialment per al gaudi i la comoditat dels nostres clients, amb gènere seleccionat perquè es pugui comparar i combinar amb facilitat. Tot plegat unit a una atenció especialitzada que converteix la compra dels nostres productes en una experiència. També disposem de canals de comunicació permanents amb els nostres clients, tant en punts de venda com per mitjà de les xarxes socials i departaments especialitzats.

L'atenció al client es porta a terme als punts de venda per mitjà del nostre personal, que està format especialment en aquest sentit, ja que tenim molt present que ens enfrontem amb el repte diari d'oferir un servei excel·lent als nostres clients. Aquesta formació està enfocada a l'atenció al client, al producte, al *merchandising*, a les tendències, etc. Els punts de venda estan dissenyats per al confort i el gaudi de les persones en un ambient dinàmic resultat de l'harmonització de l'espai.

Amb les megabotigues hem donat un gir notable a la imatge de les botigues, amb l'objectiu que l'experiència de la compra sigui encara més gratificant: botigues molt espaioses i lluminoses, perquè es puguin apreciar millor les col·leccions, triar i emprovar més fàcilment. El fet de tenir més espai permet exposar la totalitat de les col·leccions ofertes a cada botiga, millorant notablement l'experiència del client.

**Un control exhaustiu de qualitat en tota la nostra cadena de producció assegura un rendiment i una resposta adequats de les nostres peces i complements en cada situació**

**27**  
MEGABOTIGUES  
OBERTES  
EL 2016

**191**  
BOTIGUES EN  
TOTAL AMB EL NOU  
CONCEPTE MANGO  
DE MEGABOTIGA





## LA RELACIÓ AMB LA SOCIETAT I ELS CLIENTS

A més dels punts de venda, els clients disposen de diversos canals de comunicació. A la nostra seu central, tenim un departament especialitzat per a qualsevol consulta, dubte o suggeriment. Les peticions s'atenen en 18 idiomes: alemany, català, txec, xinès, coreà, espanyol, francès, holandès, hongarès, anglès, italià, japonès, polonès, portuguès, romanès, rus, suec i turc.

### EXPERIÈNCIA DE CLIENT (CUSTOMER EXPERIENCE)

També hem fet una aposta ferma per fomentar una cultura d'empresa omnicanal enfocada al client amb l'objectiu de garantir una bona experiència de client amb la marca. Té a veure amb el nivell de satisfacció i qualitat del servei, però també amb les emocions, com se sent el client quan interactua amb nosaltres. Ja no es tracta únicament de proporcionar un producte o servei, sinó de facilitar una vivència que sigui memorable.

**Any rere any, rebem nombroses sol·licituds d'estudiants demanant dades per a treballs de recerca, sobretot de disseny, màrqueting, publicitat i ciències econòmiques i empresarials.**

Volem saber l'opinió dels clients sobre les nostres peces i complements per poder adaptar-nos millor als seus gustos i necessitats, traslladant aquests suggeriments als dissenys de les nostres col·leccions.

### PETICIONS REBUDES SEGONS CANAL DE COMUNICACIÓ

**41,8%**  
TRUCADES  
TELFÒNIQUES

**32,0%**  
E-MAILS I FORMULARIS

**23,4%**  
XAT (OFERT A LA XINA)

**2,7%**  
ALTRES

PRINCIPALS ASPECTES CONSULTATS

**i 73,3%**  
SOL·LICITUD D'INFORMACIÓ

**26,5%**  
RECLAMACIONS I  
QUEIXES

**0,2%**  
SUGGERIMENTS I  
FELICITACIONS

**1.511.143**  
PETICIONS GESTIONADES EL 2016

## LES NOSTRES TARGETES

### TARGETA MANGO

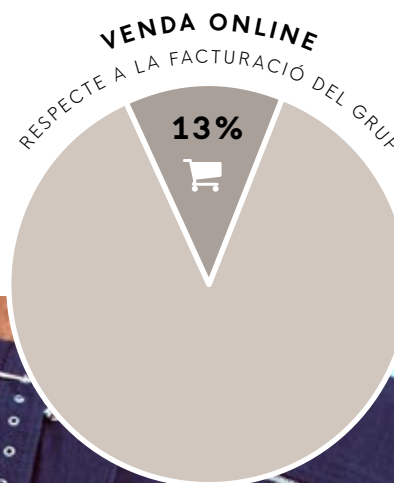
Targeta de pagament totalment gratuïta que ofereix un 10% de descompte immediat en la primera compra. Entre altres avantatges, destaquen formes de pagament fraccionat excepcionals (6 mesos sense interessos ni comissions) i la possibilitat de gaudir de promocions exclusives i regals, i d'assistir a esdeveniments de la marca, showrooms, etc. A més, MANGO col·labora amb més de vint marques de bellesa i oci perquè els titulars de la targeta puguin gaudir d'ofertes i descomptes exclusius.

### TARGETA REGAL MANGO

Amb ella oferim als nostres clients una manera diferent de regalar moda. Es pot adquirir en qualsevol botiga MANGO, MANGO Man, MANGO Kids i Violeta by MANGO, i el client pot triar l'import que prefereixi per adaptar-se a qualsevol ocasió. A més, també existeix el xec regal MANGO virtual, per fer-lo servir a la nostra botiga online.

## LA VENDA ONLINE CONTINUA CREIXENT

Un any més, MANGO ha experimentat un fort creixement en la venda online. Entre els motius principals d'aquest creixement, destaca l'aposta per l'excel·lència de les operacions i serveis, amb opcions de lliuraments en 24h a les grans ciutats europees, i un servei estàndard que arriba en tres dies a la major part de destinataris als 83 països on està disponible la venda online. També hem fet grans desenvolupaments i inversions perquè a cada país el client tingui una experiència igual o millor que en qualsevol empresa local, amb adaptació de mètodes de pagament, serveis i contingut dedicat.



**↑25%**

**AUGMENT DE LA VENDA ONLINE  
RESPECTE AL 2015, ARRIBANT A LA  
XIFRA DE 293 MILIONS D'EUROS**



## COMUNICACIÓ MULTICANAL PER ESTAR A PROP DEL CLIENT

L'aposta pel client com a eix de totes les iniciatives de MANGO ha impulsat, un any més, el desenvolupament de la proposta omnicanal. Dins de les moltes iniciatives llançades en aquesta àrea, destaca l'evolució en la integració entre l'àrea digital i la botiga física, en aspectes com la geolocalització de botigues, l'ús de dispositius digitals en botiga física o en la integració completa del circuit logístic entre canals.

### ELS NOSTRES CANALS DIGITALS

El 2016, el trànsit d'usuaris a la web de MANGO va superar els 397 milions de visites, cosa que mostra la consolidació dels canals digitals dins de MANGO. Aquest any també ha representat l'any de la consolidació del mòbil, d'on ja prové més del 60% del trànsit. Aquest gran pes del canal mòbil confirma la bona acceptació de les millores contínues a la web mòbil i el redisseny de l'app que s'han desenvolupat el 2016.

### PRESENTS A LES XARXES SOCIALS

Les xarxes socials tenen un paper protagonista en l'estratègia de comunicació de MANGO. No només permeten a la marca mantenir una comunicació bidireccional amb milions de seguidors de tot el món, sinó que són un canal clau per compartir continguts exclusius que ajuden a connectar en el terreny emocional la marca amb els seus fans. Per això creem i adaptem continguts per cobrir les expectatives dels usuaris de cadascuna de les xarxes en les quals estem presents.





## LES NOSTRES CAMPANYES

El Departament de Comunicació renova la nostra imatge cada temporada transmetent els valors que distingeixen MANGO des dels inicis: últimes tendències de moda, actualitat i disseny. Aquest departament planifica i compra els mitjans a escala mundial, adaptant la nostra estratègia global a les característiques de cada país.

**Dinàmica, suggeridora i amb un enfocament digital, la campanya de comunicació de MANGO el 2016 representa el principi d'un recorregut cap a una marca inspiracional, urbana, dinàmica.**

Figures influents del món de la moda com Kendall Jenner, Karlie Kloss o Liu Wen van protagonitzar les primeres campanyes de la temporada 2016, fetes per David Sims. Les col·laboracions amb fotògrafs prestigiosos, com Mario Sorrenti, i models de renom a les passarel·les (Edie Campbell, Natalie Westling, entre d'altres) han posat en relleu la nostra missió per continuar en el lideratge de la moda *high street* aconseguint un abast massiu a totes les plataformes de comunicació. Projectes digitals com Journeys, obertures de botigues de situació estratègica com la de Canuda (Barcelona) o la innovació aplicada en processos de venda han estat decisius en aquest canvi de rumb.



## LA RELACIÓ AMB ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

El Departament de Relacions Públiques manté una relació constant amb els diferents mitjans de comunicació, informant-los sobre les novetats més destacades de MANGO amb la finalitat de construir, administrar i potenciar la imatge de marca. Per fer-ho, el departament fa servir diverses eines de comunicació, com ara notes de premsa, presentacions de producte i rodes de premsa, que li permeten estar en contacte permanent amb els seus prescriptors. L'objectiu principal és donar a conèixer la marca d'una manera positiva per aconseguir-ne el creixement i l'èxit per mitjà d'una gestió eficaç i veritable de la comunicació.



## RECONeixEMENT A L'EXCEL·LÈNCIA 2016

La xarxa de professionals LinkedIn ha escollit MANGO com a companyia amb el millor equip de selecció de personal, que ha qualificat d'"inspirador" i "efectiu".

La metodologia que ha fet servir LinkedIn per atorgar aquest reconeixement mesura l'efectivitat en la contractació per mitjà de diferents variables, entre les quals hi ha la fidelitat que la marca aconsegueix amb els candidats que opten al lloc ofert, la recerca eficient dels candidats adequats, la gestió del perfil propi o la presència a la xarxa professional amb un perfil concret.

## LA NOSTRA ACCIÓ SOCIAL PER CONTRIBUIR AL BENESTAR DE LA SOCIETAT



ANY RERE ANY, COL·LABOREM  
AMB DIFERENTS FUNDACIONS  
I ONG DONANT SUPORT  
FINANCER, FENT VOLUNTARIAT  
I PER MITJÀ DE DONACIONS  
DE GÈNERE. PRINCIPALMENT,  
SÓN INICIATIVES LLIGADES ALS  
ÀMBITS DEL DESENVOLUPAMENT,  
L'EDUCACIÓ, LA SALUT I LA  
INTEGRACIÓ.

## COL·LABORACIONS ECONÒMIQUES

### FUNDACIÓ FERO I ASSOCIACIÓ ESPANYOLA CONTRA EL CÀNCER (AECC)

Donem suport a les beques atorgades per la fundació FERO a favor de la investigació contra el càncer. Aquest any col·laborem amb el finançament parcial de l'start-up de la Dra. Sandra Peiró com a investigadora principal en VHIO (Vall d'Hebron Institute of Oncology). Paral·lelament, financem una beca d'investigació per a la doctora Marta Crespo Maull, de l'Institut de Recerca de l'Hospital Universitari Vall d'Hebron, Barcelona.

### FUNDACIÓ VITA MUNDI

Financem un programa d'alimentació complementària adreçat a les persones que viuen en zones de barraques permanents a Ganeshnagar, Bombai. El projecte proporciona suport alimentari a aproximadament 300 famílies. A més, les dones d'aquestes famílies reben classes per aprendre a llegir, escriure i comptar.

### FUNDACIÓ INTERNACIONAL JOSEP CARRERAS

Col·laborem amb la fundació per mitjà del finançament del Registre Espanyol de Donants de Medul·la Òssia (REDMO), l'objectiu del qual és la creació d'una base de dades de donants i pacients.

### FUNDACIÓ LLUITA CONTRA LA SIDA

Participem en el sopar solidari que organitza la fundació per recaptar fons per a l'assistència, la recerca i docència en el camp del VIH i la sida.

### FUNDACIÓ BARRAQUER

Dona suport a les expedicions oftalmològiques que fa la fundació als països del Sud. Les expedicions assistencials impulsades se centren, principalment, a combatre la cataracta, causa principal de ceguesa als països en vies de desenvolupament, i a proporcionar ulleres.



### **HOMAC FUNDACIÓ**

Col·laborem en dos projectes a Etiòpia. D'una banda, financem el manteniment integral i l'alimentació d'una guarderia a Dódola i, de l'altra, ajudem missioners a comprar alimentació terapèutica per a desplaçats.

### **FUNDACIÓ HUMANITÀRIA A.G.H.**

Financem la rehabilitació de dues escoles de primària i una guarderia, el funcionament d'un taller formatiu per a dones en costura i un programa d'ensenyament de lectura, anglès i matemàtiques, tot a Mang'ola, Tanzània.

### **FUNDACIÓ RICARDO FISAS**

Donem suport a un projecte innovador a favor de les patologies diagnosticades de manera més comuna en alumnes amb diferències d'aprenentatge, com, per exemple, la dislèxia i el trastorn per dèficit d'atenció i hiperactivitat (TDAH).

### **FUNDACIÓ SOÑAR DESPIERTO**

Donem suport a la tasca de la fundació amb l'organització del nostre Dia del Voluntariat Empresarial amb aquesta entitat, que treballa per la integració social de menors i joves procedents d'ambients marginals i famílies desestructurades per mitjà d'un projecte socioeducatiu en centres d'acolliment residencials.

### **ÖĞRENCILERE YARDIM DERNEĞİ**

Financem beques formatives per a joves desfavorits donant-los l'oportunitat d'accedir a l'educació, a Istanbul.

### **MITJA LLUNA TURCA**

Col·laborem amb el centre comunitari La Mitja Lluna en àrees urbanes amb el propòsit de proporcionar suport psicològic, formació professional, referències i serveis de protecció social a persones d'origen siríà sota protecció temporal.



## VOLUNTARIAT

### FUNDACIÓ SOÑAR DESPIERTO

Els empleats de MANGO van participar en una jornada de voluntariat amb els nens atesos per aquesta fundació que viuen en cases d'acollida concertades per la Generalitat de Catalunya.

### FUNDACIÓ ADSIS, CASAL DELS INFANTS, FUNDACIÓ ÈXIT I CREU ROJA

Col·laborem amb aquestes organitzacions informant i orientant joves i adults en risc d'exclusió social mitjançant visites formatives que es fan a les nostres instal·lacions i amb formacions adaptades per a cada entitat.

El 2016 vam donar roba no comercialitzable a diferents organitzacions, amb finalitats solidàries. A més, al llarg de l'any, donem l'oportunitat als nostres empleats de participar activament en diferents campanyes socials, esdeveniments solidaris i un altre tipus de col·laboracions amb finalitats socials, com ara: mercats solidaris, TEAMING (microdonacions voluntàries d'1€ al mes), campanyes de donació de sang, campanyes de recollida d'aliments i joguines per Nadal, etc.



## CÀTEDRA MANGO DE RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA

El 2006 vam crear la Càtedra MANGO de Responsabilitat Social Corporativa mitjançant la signatura d'un conveni de col·laboració amb l'Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI-UPF), adscrita a la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). Aquesta iniciativa està d'acord amb els valors d'ambdues institucions en aspectes de sostenibilitat i compromís ètic.

El seu objectiu fonamental consisteix a aprofundir en el coneixement de la responsabilitat social corporativa (RSC) i analitzar la sostenibilitat de l'activitat econòmica i empresarial, combinant el rigor acadèmic i l'aplicació pràctica. Entre aquests objectius també hi ha els de generar coneixement, anàlisi i debat amb relació a aquestes qüestions i, alhora, traslladar aquestes reflexions a la societat.



**ELS PROJECTES I LES  
ACTIVITATS I ALTRES  
DETALLS ES PODEN  
CONSULTAR A LA SEVA  
PÀGINA WEB**

<http://mango.esci.upf.edu>

## PROJECTES D'INVESTIGACIÓ I DOCUMENTS DE TREBALL

La finalitat dels projectes és analitzar aspectes rellevants en matèria de sostenibilitat i són l'activitat principal de la Càtedra. Els porten a terme equips especialitzats en cada matèria i es publiquen en forma de documents de treball.

**Entre els que es van fer el 2016, destaca l'anàlisi del valor social de la Universitat Pompeu Fabra.**

La Universitat Pompeu Fabra és la primera universitat que fa servir la metodologia de quantificació de valor social integrat (VSI) per calcular el valor creat per als seus grups d'interès. Aquesta metodologia permet comprendre i comunicar l'esmentat valor creat per una organització per al conjunt de les seves parts interessades.



## CICLE DE FORMACIÓ

Entre les activitats fetes el 2016, destaca l'organització de la tercera edició del cicle *Impulsors de la RSC: compartir per millorar*, centrat en la visió internacional de l'RSC. El curs estava adreçat a directors i responsables d'RSC d'organitzacions públiques i privades, i tenia l'objectiu de generar coneixement per millorar la implantació pràctica de l'RSC en organitzacions internacionals o amb voluntat de ser-ho. Plantejades de manera interactiva, les sessions combinaven ponències d'experts i treball pràctic en grup.

## MANUAL D'AUDITORIA SOCIAL

El 2015, la Càtedra va iniciar un projecte consistent en l'elaboració d'un manual d'auditoria social aplicable a qualsevol sector empresarial i mida d'empresa, en què s'inclouen els aspectes principals que s'han de dur a terme en aquest tipus de verificacions. Com a complement del manual, s'han anat preparant, de manera progressiva, fitxes específiques dels diferents països productors rellevants. En aquestes fitxes s'inclou la legislació aplicable, així com bones pràctiques addicionals. Tant el manual com les fitxes es van actualitzant permanentment.

El 2016 s'ha elaborat la segona fitxa corresponent a Turquia, que s'afegeix a la que ja s'havia fet el 2015 del Marroc. El 2017 s'elaborarà la fitxa del Vietnam.

## CONSELL ASSESSOR

L'objectiu del Consell Assessor és assessorar la Càtedra MANGO en les seves activitats. Aquest Consell està format per persones rellevants en l'àmbit de l'RSC vinculades a entitats representatives del món empresarial, administratiu, social i acadèmic. La seva funció principal és identificar temes significatius en aquests aspectes que permetin alimentar les línies de treball impulsades per la Càtedra.



## ELS EMPLEATS

A MANGO situem els empleats al centre del nostre model de gestió, ja que només aconseguirem els nostres reptes estratègics amb un equip de persones satisfet, format, motivat i compromès.





ELS EMPLEATS

## QUALITAT DE L'OCUPACIÓ I BENESTAR DE LES PERSONES

Estem compromesos amb la creació d'un marc de confiança en què els empleats puguin créixer i desenvolupar-se professionalment. L'estabilitat, el diàleg, la formació, el desenvolupament professional, la conciliació i el reconeixement són pilars sobre els quals construïm la confiança.

### PERFIL DEL NOSTRE EQUIP HUMÀ

Per garantir una gestió eficient que acompanyi el creixement del grup, basada en la qualitat de l'ocupació i el benestar de les persones, procurem la millora contínua en diferents àmbits.

**100%**

PLANTILLA COBERTA PER UN CONVENI COL·LECTIU I LA LLEI LABORAL CORRESPONENT

**29,7**

ANYS MITJANA D'EDAT DE LES PERSONES

Espanya: entre 26 i 56 anys (82%)  
Estranger: entre 16 i 35 anys (88%)

**70%**

PLANTILLA AMB CONTRACTE FIX



**58%**

PLANTILLA A TEMPS COMPLET



**15.730**

PERSONES EN PLANTILLA  
(31.12.2016)

**83%**

DONES

**35%**

PLANTILLA  
D'ESPANYA

**2.465**

PERSONAL  
D'ESTRUCTURA



**13.265**

PERSONAL DE  
PUNTS DE VENDA







**61%**

DONES EN **ESTRUCTURA**  
EN CÀRRECS DIRECTIUS  
I COMANDAMENTS  
INTERMEDIS



**88%**

DONES EN **PUNTS  
DE VENDA** EN  
CÀRRECS DIRECTIUS  
I COMANDAMENTS  
INTERMEDIS



**100%**

TAXA DE  
REINCORPORACIÓ  
A LA FEINA DESPRÉS  
D'ACABAR LA BAIXA



**73%**

TAXA DE RETENCIÓ  
DESPRÉS DE LA  
BAIXA



## UN ENTORN DIVERS I RESPECTUÓS AMB LA IGUALTAT

La nostra organització es caracteritza per la diversitat cultural fruit de la internacionalització del nostre negoci. La igualtat de gènere és un compromís inherent en la gestió de les persones que es fa efectiu i es materialitza per mitjà de diferents eines.

**57**

NACIONALITATS  
DIFERENTS A  
LA NOSTRA  
SEU CENTRAL  
I BOTIGUES A  
ESPANYA



**217**

EMPLEATS QUE S'HAN BENEFICIAT DEL  
PERMÍS DE MATERNITAT I PATERNITAT

**100%**

EMPLEATS AMB DRET A BAIXA DE  
MATERNITAT I PATERNITAT



FLEXIBILITAT  
HORÀRIA  
PER MOTIUS  
PERSONALS

SUSPENSIONS  
TEMPORALS  
PER MOTIUS  
PERSONALS

AMPLIACIÓ DEL  
TEMPS PER PODER  
ASSISTIR A LES  
VISITES MÈDIQUES  
NECESSÀRIES

JORNADA  
INTENSIVA ELS  
DIVENDRES I  
LES VIGÍLIES  
DE FESTIUS  
ASSENYALATS

de mutu acord  
amb el personal  
d'estructura,  
allargant mitja  
hora la jornada  
de treball de la  
resta de dies

## MÚLTIPLES AVANTATGES

Existeixen avantatges i beneficis pels empleats que contribueixen a millorar el seu benestar.

El model de retribució es complementa amb diferents avantatges i beneficis: transport col·lectiu gratuït, que inclou diferents rutes i horaris, subvenció de menjadors, acords especials, descomptes, etc.

El caràcter internacional de la nostra organització facilita la mobilitat geogràfica dels treballadors que ho sol·licitin. D'altra banda, quan sorgeixen nous llocs interns per cobrir, s'ofereix al personal la possibilitat de sol·licitar un canvi de departament.

## DIÀLEG PERMANENT

Disposem de canals per fomentar la cohesió de l'equip i mantenir els empleats constantment informats, amb l'objectiu de millorar l'organització del dia a dia i fer-los partícips dels nostres projectes.

Per exemple, la iniciativa *Si jo fos president*, amb representants escollits a cada departament. Les conclusions, els canvis i les millores acordats es publiquen i es comuniquen a tots els empleats als butlletins interns de l'empresa.

CONSULTES  
INTERNES

PORTAL DE  
L'EMPLEAT

BÚSTIA DE  
SUGGERIMENTS

SERVEI DE  
RESOLUCIÓ DE  
CONFLICTES

per identificar,  
intervenir i  
resoldre, de manera  
independent,  
conflictes  
interpersonals en  
el cas calgui



## POLÍTICA DE REMUNERACIONS

Per a les diferents categories de treballadors, els salaris pagats estan, de mitjana, per sobre dels sous del sector. El 2016 la relació entre el salari inicial estàndard establert per MANGO i el salari segons conveni va ser d'un 57,8% per a Espanya. En el cas del personal d'estructura es revisen els sous segons l'acompliment i el desenvolupament professional de cada treballador dues vegades a l'any. Pel que fa a l'equip de punts de venda, el sistema es basa en un sou fix i un de variable en funció de la facturació del punt de venda.

Tots els empleats, tant a jornada completa com parcial, tenen els mateixos drets i beneficis socials. La política de remuneracions de MANGO segueix el principi d'igualtat entre gèneres, i no hi ha diferències entre el salari percebut per una dona i el salari percebut per un home, dins d'una mateixa categoria laboral.

El període mínim de preavís relatiu a canvis organitzatius, incloent-hi si aquestes notificacions s'especifiquen al conveni col·lectiu, és de quinze dies.

## IMPLICATS AMB L'OCUPACIÓ JUVENIL I LA INTEGRACIÓ DE PERSONES VULNERABLES

Donem suport a estudiants, completant la seva formació per mitjà de la realització de pràctiques a MANGO. El 2016 vam incorporar 327 becaris tant a la seu central com als nostres punts de venda a Espanya, dels quals el 22% van ser finalment contractats, en col·laboració amb diferents centres i universitats.

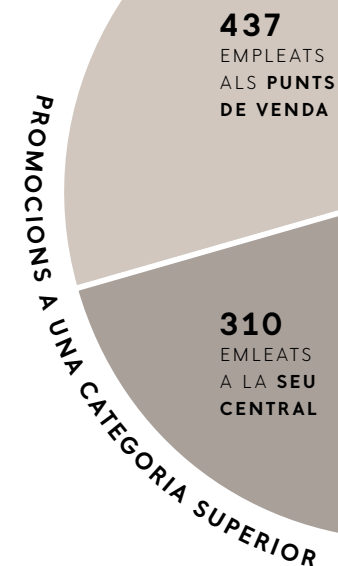
Des del 2008, col·laborem amb la Fundació CARES en la creació de llocs de treball per a persones vulnerables. El 2016, 180 persones van treballar a les nostres instal·lacions preparant les comandes de la nostra activitat d'eCommerce. Més del 84% d'aquests llocs els ocupen persones amb discapacitat o en risc d'exclusió social.

[www.fundacioncares.com](http://www.fundacioncares.com)



## APOSTEM PER LA PROMOCIÓ INTERNA

Una gran majoria dels directius i els responsables d'equips provenen de la promoció interna, fruit d'una política decidida en aquest sentit i d'un equip humà motivat, flexible i capaç d'assumir noves responsabilitats.

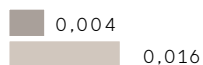


# MILLORA CONTÍNUA DE LA SEGURETAT EN L'ENTORN LABORAL

## DADES DEL PERSONAL A ESPANYA

● Estructura ● Punt de venda

NOMBRE D'ACCIDENTS AMB RELACIÓ AL NOMBRE D'EMPLEATS



DURADA MITJANA DE LES BAIXES (dies)



TAXA D'ABSENTISME



774 PERSONES EN ESTRUCTURA

7.637

PERSONES EN PUNTS DE VENDA FORMADES EN PREVENCIÓ DE RISCOS LABORALS

EXIT

5,6%

TAXA D'ABSENTISME ALS PUNTS DE VENDA PROPIS A L'ESTRANGER

Els objectius de la Política de Seguretat i Salut de MANGO són el desenvolupament i la promoció d'estratègies que millorin les condicions de treball per a la salut física, psíquica i social dels treballadors, així com afavorir i consolidar bons hàbits de treball.

La gestió de la prevenció de riscos laborals de MANGO queda establerta al Pla de Prevenció i integrada en el sistema general de gestió de l'empresa. El pla recull el compromís de proporcionar un entorn de treball segur i saludable per als treballadors i col·laboradors, i defineix els objectius i els procediments per aconseguir-ho.



# OPORTUNITATS DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL

**6.440**  
PARTICIPANTS  
EN ACCIONS  
FORMATIVES



**78.072**  
HORES DE  
FORMACIÓ



- Estructura
- Punt de venda

La nostra política de formació i desenvolupament permanent té l'objectiu de donar suport a la consecució dels objectius estratègics del negoci. Per fer-ho, tenim un Departament de Formació i Desenvolupament que potencia els aspectes necessaris, tant en coneixements tècnics com en habilitats professionals.

Les accions formatives es desenvolupen per tot el món a l'àrea de retail i l'àrea de formació de la seu central. El Pla d'acolliment on the job *Dissenya el teu futur a MANGO* i les entrevistes d'avaluació i desenvolupament anuals ajuden els responsables a desenvolupar i acompanyar de manera constant cada persona del seu equip.

**El 2016 hem continuat reforçant el rol dels líders amb un Pla de desenvolupament directiu per a les promocions a llocs de responsabilitat.**

Reconeixem la importància del rol de responsable com un aspecte clau per a l'excel·lència professional i per al desenvolupament de les persones. Els actes formatius i l'acompanyament personalitzat són les eines per a l'adaptació a aquesta nova situació.

# FOMENTEM EL DESENVOLUPAMENT DEL TALENT INTERN

La gestió del talent intern és un eix estratègic per facilitar i potenciar el creixement i el desenvolupament dels empleats, situant-los al centre de l'acció. Els projectes principals impulsats el 2016 són:

- › **PROCÉS D'AVUACIÓ I DESENVOLUPAMENT.** Continuem la implantació d'una nova eina d'avaluació online que permet mesurar l'aportació de valor dels empleats per saber identificar i desenvolupar el talent a cada àrea. Així potenciem la gestió del talent a partir de la informació obtinguda dels processos d'avaluació i donem resposta a les inquietuds de desenvolupament i creixement als nostres equips.
- › **TALLER "DESENVOLUPA EL TEU POTENCIAL".** Contribueix a descobrir el comportament d'un mateix per mitjà de l'anàlisi del perfil personal i a enfocar-lo positivament en l'entorn laboral i professional.
- › **TALLER DE COHESIÓ D'EQUIPS.** Es basa en el treball grupal per mitjà de diferents dinàmiques participatives. Busca implementar plans d'acció concrets per millorar la cohesió d'equip i reforçar el sentiment de pertinença a MANGO.
- › **COACHING I MENTORING.** Els processos de *coaching* són trobades estructurades per ajudar el *coachee*-col·laborador a desenvolupar-se en una àrea específica. L'agenda del *coaching* es focalitza a treballar temes molt concrets dirigits al rendiment d'un col·laborador al seu lloc de treball. Per a això s'estableixen objectius concrets i un pla d'acció per assolir-los. Els processos de *mentoring* estan adreçats a un desenvolupament més general, focalitzant en qüestions més estratègiques i el desenvolupament a llarg termini. L'agenda de *mentoring* és molt flexible, ja que se centra a anar responnent necessitats i resolució de desafiaments que emergeixen en la vida professional del *mentee*.  
  
Més de 165 hores dedicades a processos de *coaching* executiu i *mentoring*.
- › **GESTIÓ DEL CANVI I TRANSFORMACIÓ.** Hem ajudat diferents equips a fer un diagnòstic de la seva situació actual. Amb aquests equips s'han desenvolupat una sèrie d'iniciatives per ajudar-los a apropar-se a la seva visió/situació desitjada amb l'objectiu de guanyar en productivitat i satisfacció i millorar els seus resultats com a equip.
- › **INICIATIVES DE DESENVOLUPAMENT NOVES OPORTUNITATS.** Treballem per al desenvolupament de professionals en el seu procés de canvi de lloc i responsabilitats de treball per ajudar-los a assumir de manera reeixida els nous reptes i oportunitats professionals.
- › **PÍNDOLLES FORMATIVES.** Desenvolupades internament, tenen l'objectiu d'atendre les necessitats específiques dels nostres empleats amb temes com ara selecció, lideratge, feedback, gestió d'equips, motivació i autolideratge.
- › **PROGRAMA 'JOVES TALENTS'.** Tenen l'objectiu de desenvolupar futurs directius a MANGO. Els candidats a participar en el projecte són estudiants d'MBA de les millors escoles de negocis internacionals i/o professionals interns d'alt potencial. Els seleccionats participen en un programa de desenvolupament a mida dins del seu nou lloc de treball, a més de rebre suport individual i un acompanyament amb un mentor de l'equip directiu. A més, participen en esdeveniments i activitats que fomenten la seva perspectiva transversal dins de la companyia.

## NOVES INICIATIVES FORMATIVES

- › **MANAGEMENT 3.0.** El seu objectiu és aprendre diferents metodologies, enfocaments i bones pràctiques en l'adopció d'una gestió àgil, comprendre com distribuir i delegar el treball en una organització i definir objectius i indicadors clau per a la gestió del treball. A més, de desenvolupar les competències clau en un equip de persones i actuar com a agent de canvi en el procés de millora contínua d'una organització.
- › **PROJECTE 'PROJECT MANAGEMENT CONVERSATIONS'.** Són trobades bimensuals en què els gestors de projectes de MANGO poden compartir experiències, desafiaments i eines per aprendre els uns dels altres i crear una *Comunitat MANGO de gestors de projectes*.



# LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT

Tenim el compromís d'oferir productes de qualitat i garantir que compleixen els valors ètics que exigim. Per això, sabem que cal comptar amb una xarxa de proveïdors qualificada i eficient que ens permeti mantenir la competitivitat en el context actual.



## GESTIÓ EFICIENT I RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT

Any rere any, continuem millorant les eines internes de gestió amb relació a la informació de fàbriques de producció, i en la formació a proveïdors per continuar avançant per millorar la traçabilitat de la nostra cadena de subministrament.

**Dins del Pla Take Action 2017-2020, s'han fixat objectius específics amb relació a la cadena de subministrament, entre els quals destaquen millorar la traçabilitat, augmentar l'abast de les auditories socials al Tier 2 i promoure aliances estratègiques amb altres organitzacions.**

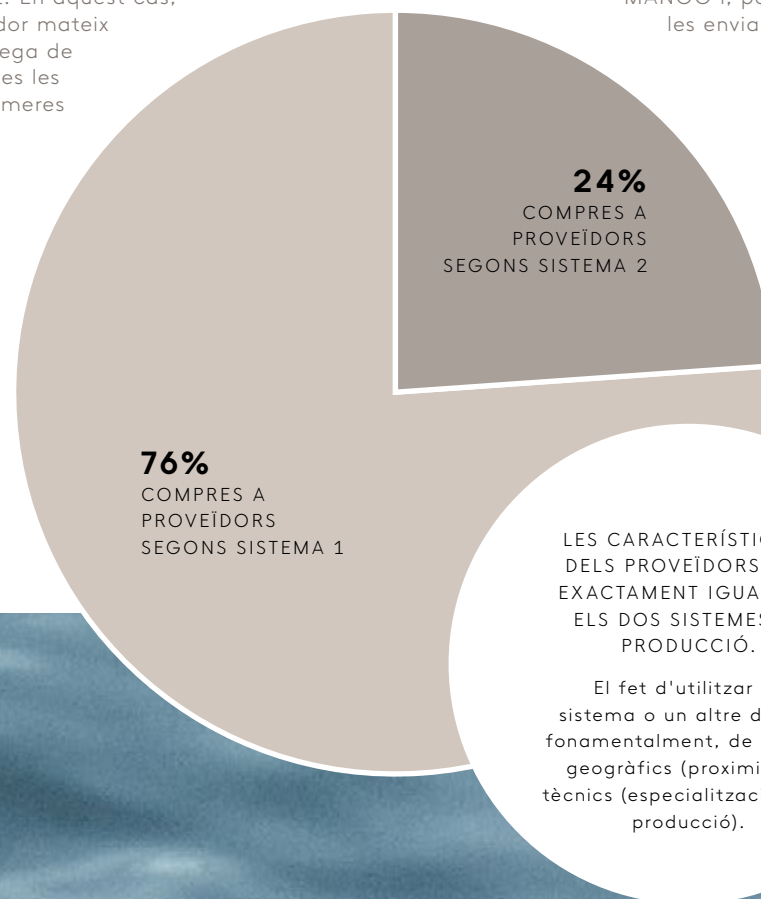
La col·laboració amb els nostres proveïdors és a llarg termini: existeix un diàleg permanent, anàlisi i planificació conjunta de tots els aspectes de la producció, així com del control de qualitat.

### SISTEMA DE PRODUCCIÓ 1

Consisteix a dissenyar el producte, encarregar-ne la fabricació i adquirir-lo ja acabat. En aquest cas, és el proveïdor mateix qui s'encarrega de comprar totes les matèries primeres per a la producció.

### SISTEMA DE PRODUCCIÓ 2

Totes les matèries primeres que formen la peça les adquireix MANGO i, posteriorment, les envia a proveïdors perquè les confeccioni.



LES CARACTERÍSTIQUES DELS PROVEÏDORS SÓN EXACTAMENT IGUALS EN ELS DOS SISTEMES DE PRODUCCIÓ.

El fet d'utilitzar un sistema o un altre depèn, fonamentalment, de factors geogràfics (proximitat) i tècnics (especialització en la producció).



## PERFIL DELS NOSTRES PROVEÏDORS

### COMPRES\*

<b>ÀSIA</b>	<b>77%</b>
XINA	30,92%
ÍNDIA	10,02%
TURQUIA	9,85%
BANGLADESH	6,59%
PAKISTAN	6,57%
COREA DEL SUD	4,89%
VIETNAM	3,30%
TAIWAN	2,33%
EMIRATS ÀRABS	1,00%
ALTRES	1,34%
<b>EUROPA</b>	<b>18%</b>
ESPANYA	11,59%
ITÀLIA	3,42%
PORTUGAL	1,46%
ALTRES	1,31%
<b>ÀFRICA</b>	<b>5%</b>
MARROC	5,31%
ALTRES	0,11%

\*inclou matèries primeres

Els proveïdors poden treballar amb més d'una fàbrica per produir les seves diferents col·leccions. De la mateixa manera, algunes es poden fer servir de manera alternativa en diferents moments del temps, en funció de les característiques del producte.

MANGO no té participació directa ni indirecta amb cap fabricant de peces o complements. De la mateixa manera, cap d'ells treballa en exclusiva per a la nostra organització. Anualment, facilitem a sindicats nacionals amb els quals col·laborem la llista de fàbriques de peces i complements amb què treballem.

**TOTES LES NOSTRES PECES I COMPLEMENTS ESTAN ETIQUETADES INDICANT EL PAÍS ON S'HAN CONFECCIONAT**

**18%**  
COMPRES  
A EUROPA\*

**5%**  
ÀFRICA\*

**77%**  
COMPRES  
A ÀSIA\*

**146.847.212**

PECES I COMPLEMENTS FABRICATS PER A MANGO

**611**

PROVEÏDORS DE PECES  
I COMPLEMENTS

**224**

NOUS PROVEÏDORS

**70**

PROVEÏDORS PECES SISTEMA 2

**108**

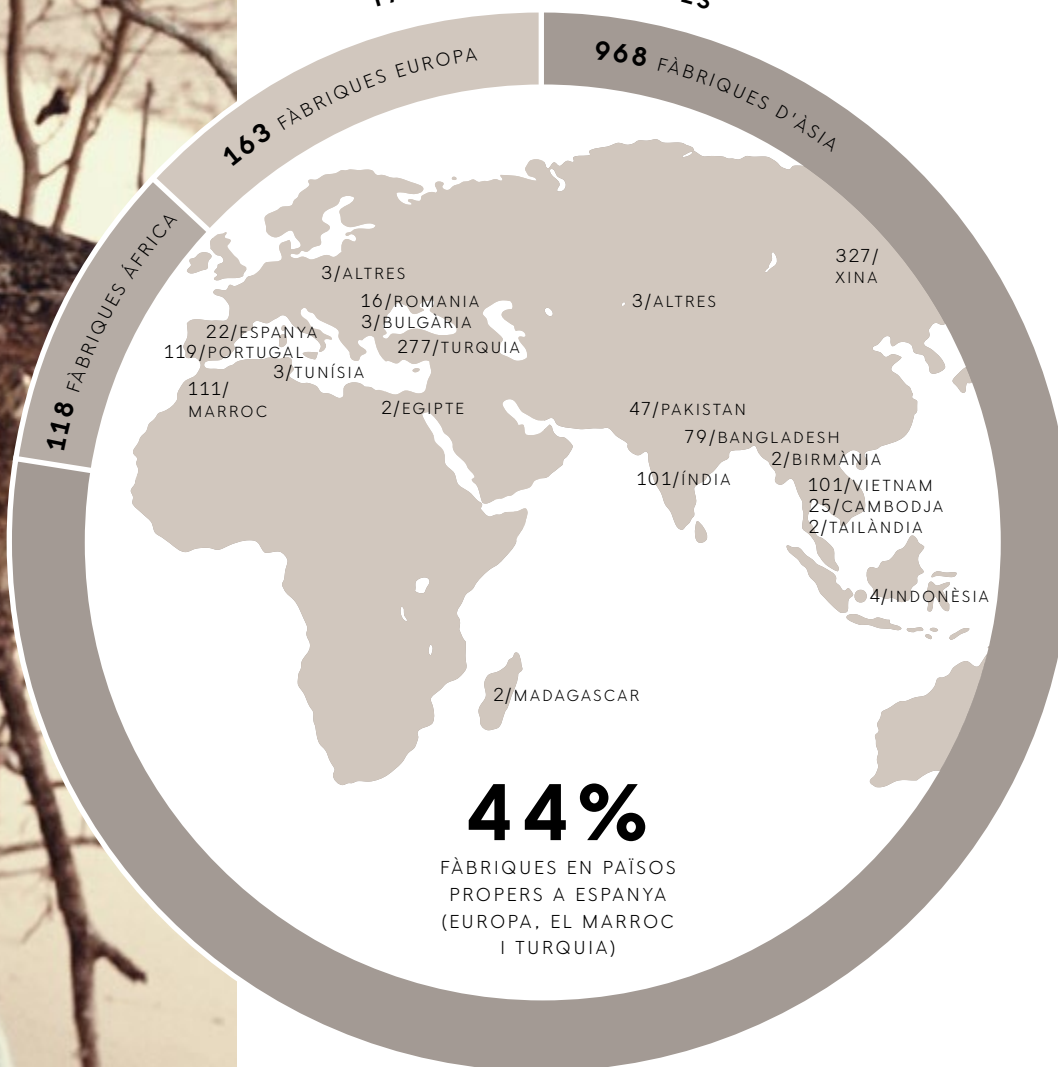
PROVEÏDORS COMPLEMENTS  
SISTEMA 1

**433**

PROVEÏDORS PECES  
SISTEMA 1

# 1.249

FÀBRIQUES UTILITZADES



## SUBCONTRACTACIÓ

**La nostra política de control i les característiques de la producció impliquen la no subcontractació de la fabricació de les peces i els complements per part dels fabricants.**

La subcontractació és la derivació a una tercera empresa, per part del proveïdor, de tota o part de la producció que se li ha encarregat sense coneixement ni autorització de MANGO. Tot i que tots els nostres proveïdors tenen unificat el procés de producció, a vegades existeixen processos especials dels quals algun proveïdor pot no disposar i que es fan en altres empreses especialitzades, com, per exemple, el brodat, l'estampat, el rentat, etc. En aquests casos, aquestes produccions i fàbriques són conegudes i autoritzades per MANGO.



## PROVEÏDORS ALINEATS AMB ELS NOSTRES COMPROMISOS

Prioritzem consolidar relacions de confiança amb proveïdors que tinguin models de conducta coherents amb els nostres compromisos de responsabilitat social corporativa, amb el propòsit d'inculcar i garantir bones pràctiques des del punt de vista laboral, social i ambiental en la cadena de subministrament.

**El Codi de conducta social, laboral i ambiental per a fabricants de peces i complements per al Grup MANGO és un requisit indispensable de compliment obligat, ja que s'inclou al contracte comercial que signen aquests proveïdors amb MANGO.**

Els departaments responsables de la selecció de proveïdors, de manera prèvia, fan una anàlisi i verificació de centres de producció per assegurar que es compleixen les exigències de MANGO en tots els aspectes abans de confirmar les comandes.



## **CODI DE CONDUCTA SOCIAL, LABORAL I AMBIENTAL PER A FABRICANTS DE PECES I COMPLEMENTS PER AL GRUP MANGO**

Està basat en els principis i la filosofia del Pacte Mundial de les Nacions Unides, així com en els principis estipulats a la Declaració Universal dels Drets Humans i el Conveni de les Nacions Unides sobre els Drets del Nen.

De la mateixa manera, s'inclouen tots els convenis i recomanacions de l'Organització Internacional del Treball (OIT) aplicables (en particular, els convenis: 1, 29, 75, 81, 87, 98, 100, 105, 111, 122, 131, 135, 138, 154, 155, 159, 177, 182 i 183, i les recomanacions: 35, 90, 111, 143, 146, 164, 168, 184 i 190).

### **1. TREBALL INFANTIL**

Els fabricants no utilitzaran treball infantil d'acord amb els criteris establerts als convenis de l'OIT. Així mateix, la nostra política sobre el treball de menors es basa en el conveni de les Nacions Unides sobre els Drets del Nen.

### **2. TREBALLS FORÇATS I OBLIGATORIS**

Els fabricants no utilitzaran cap tipus de treball forçat i obligatori.

### **3. SALUT I SEURETAT A LA FEINA**

Els fabricants garantiran als seus empleats un lloc de treball segur (prevenció d'incendis, maquinària, etc.) i saludable (llum, ventilació, condicions higièniques, etc.), complint, així mateix, tot el que exigeix la legislació que sigui aplicable en aquesta matèria. De la mateixa manera, garantiran que aquestes condicions siguin extensives, en el cas de ser aplicable, a totes les instal·lacions destinades als seus empleats. D'altra banda, en el cas dels fabricants de peces texanes, no es farà

servir la tècnica de desgastat anomenada *sandblasting*, consistent en un raig de sorra a pressió, a causa del risc que té sobre la salut dels treballadors que la porten a terme.

### **4. LLIBERTAT D'ASSOCIACIÓ**

Els fabricants respectaran el dret dels empleats d'associar-se, organitzar-se o negociar col·lectivament sense que per això pateixin cap tipus de sanció.

### **5. DISCRIMINACIÓ**

Els fabricants no faran cap tipus de discriminació en les pràctiques laborals i de contractació per motius de raça, nacionalitat, religió, discapacitat, sexe, edat, orientació sexual, associació o afiliació política o qualsevol altra situació.

### **6. MESURES DISCIPLINÀRIES, ASSETJAMENTS I ABUSOS**

Els fabricants no faran ús de càstigs corporals, així com d'abusos físics o psicològics i/o qualsevol altra tipologia d'assetjament.

### **7. HORARI DE TREBALL**

Els fabricants acataran la legislació aplicable i les regles de la seva indústria en matèria d'hores treballades. Les hores extraordinàries sempre hauran de ser voluntàries i retribuïdes adequadament.

Si es fan hores extraordinàries, s'acceptarà un màxim de dues hores per dia. En cas que es produeixin condicions excepcionals de manera puntual, hi ha la possibilitat de modificar aquest límit acceptant aquelles situacions que, amb les característiques descrites anteriorment, i sent raonables i lògiques, es facin sempre de mutu acord amb el treballador, no superant mai el màxim anual d'hores extraordinàries totals a l'any previstes en la legislació.

### **8. REMUNERACIONS**

Els fabricants garantiran que els salaris compleixin rigorosament totes les lleis. Així mateix, el salari mínim legal s'interpretarà com a mínim, però no com un nivell recomanat.

### **9. SUBCONTRACTACIÓ**

Els fabricants només poden dur a terme les produccions a les fàbriques autoritzades i verificades per MANGO.

### **10. MEDI AMBIENT**

Tota l'activitat dels fabricants es farà de manera respectuosa amb el medi ambient, complint, així mateix, la legislació i la reglamentació previstes. Tots els fabricants hauran de subscriure el document de compromís de restriccions sobre productes químics de MANGO.

### **11. COMPLIMENT DE LA LEGALITAT VIGENT**

Els fabricants també hauran de complir la legislació aplicable en tot el que no es preveu als punts anteriors.



## **CODI DE CONDUCTA SOCIAL, LABORAL I AMBIENTAL PER A FABRICANTS DE PECES I COMPLEMENTES PER AL GRUP MANGO**

### **ALTRES ASPECTES**

**COMUNICACIÓ.** Una còpia d'aquest codi haurà d'estar exposada a les principals entrades i sortides del personal a les instal·lacions del fabricant, tant en anglès com en l'idioma local. La còpia esmentada ha d'incorporar un e-mail de contacte del Departament d'RSC de MANGO per si qualsevol treballador necessités o volgués fer-ne ús.

**ÀMBITS D'APLICACIÓ.** Tots els punts exposats anteriorment són d'aplicació obligatòria per a tots els fabricants amb els quals treballa MANGO. Per poder assolir aquest objectiu, els fabricants autoritzaran a MANGO a dur a terme, pel seu compte o per mitjà de tercers, revisions per al seguiment de l'aplicació d'aquest codi. A més, facilitaran als supervisors l'accés a la documentació i a tots els mitjans necessaris per a aquest objectiu. Aquestes auditories es podran fer de manera programada o sense avís previ.

**ACCEPTACIÓ I COMPROMÍS PER PART DELS FABRICANTS.** Tots els fabricants acceptaran i es comprometran a complir tots els punts especificats en aquest Codi, i possibles actualitzacions posteriors, signant i segellant tots els fulls en un exemplar que estarà sempre disponible a l'organització MANGO.

**VERIFICACIÓ.** Es verificarà de manera periòdica l'aplicació del Codi en les diferents fàbriques i instal·lacions dels proveïdors de manera interna i externa; aquesta verificació es podrà fer conjuntament amb altres organitzacions.

**ACCIONS CORRECTORES.** Qualsevol situació que suposi el no compliment dels punts ressenyats anteriorment implicarà la seva correcció per part del fabricant, per a la qual cosa s'establirà un període no superior a sis mesos. Cal remarcar que MANGO participarà en les accions correctores esmentades donant-hi suport tècnic. En cas que no s'haguessin aplicat les correccions en el període referit o es donés el cas de situacions greus d'emergència social o altres aspectes significatius i els fabricants no prenguessin les mesures necessàries per corregir-los immediatament, el grup MANGO cancel·larà qualsevol relació amb el fabricant en qüestió.

E-mail de contacte: [lg\\_rsc@mango.com](mailto:lg_rsc@mango.com)

## FORMACIÓ A PROVEÏDORS

Els proveïdors nous visiten la nostra seu central per rebre formació per part de tots els departaments implicats en el procés de la producció de les col·leccions. El Departament d'RSC els imparteix directament formació sobre la implantació i el seguiment del Codi de Conducta.

Cada dos anys organitzem un congrés formatiu amb els auditors externs encarregats de fer les auditories socials a les fàbriques de producció dels diferents països. L'objectiu és posar en comú experiències, actualitzar processos i comentar possibles nous riscos en la cadena de subministrament.

## CONTROL DE QUALITAT

Atenent les característiques del nostre sistema de producció, disposem d'equips de control de qualitat que visiten periòdicament les fàbriques, fent tant un control de la qualitat com de qualsevol altre aspecte relacionat amb la fabricació. Els tècnics, alhora que fan aquest seguiment, observen que no es produeixi cap incompliment del nostre Codi de Conducta.



# 596

## AUDITORIES SOCIALS INICIALS EXTERNES

(tret d'alguna excepció, van ser semianunciades, és a dir, avisant que l'auditoria es faria en un període de 15 dies)

### DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LES AUDITORIES

34%

XINA

33%

TURQUIA

6% PORTUGAL

6% ÍNDIA

5% BANGLADESH

4% VIETNAM

12% ALTRES (Cambodja 2.7%, Marroc 2.7%, Espanya 1.5%, Romania 1%, Pakistan 1%, Birmània 0.8%, Bulgària 0.5%, Indonèsia 0.3%, Altres 0.5%)

## PROCÉS D'AUDITORIA

Disposem d'eines internes de gestió que ens permeten accedir de manera ràpida i actualitzada a la base de dades de fàbriques de producció dels proveïdors. Tots han de declarar les seves fàbriques de producció i assignar a cadascuna les col·leccions confirmades. D'aquesta manera, tots els departaments implicats en el procés tenen accés a aquesta informació: equips de Compres, Qualitat i RSC, entre d'altres. Quan s'assigna una col·lecció a una fàbrica nova, es posa en marxa el procés d'auditoria social per part dels auditors externs.

### LES AUDITORIES SOCIALS INICIALS CONSTEN DELS PASSOS SEGÜENTS:



Entrevista amb els responsables i/o els propietaris de les fàbriques per obtenir tota la informació necessària pel que fa als diferents aspectes laborals, socials i ambientals, els seus procediments i la seva verificació corresponent.



Revisió exhaustiva de les instal·lacions de la fàbrica fent fotos dels aspectes que poguessin ser evidència d'alguna no conformitat, o, per contra, de bones pràctiques.



Selecció d'una mostra de treballadors, sobre els llistats de personal i directament a les cadenes de producció, a qui es fa una entrevista que inclou tots els aspectes del nostre Codi de Conducta.



Després de la revisió dels documents pertinents, a la reunió de tancament, es comenten els aspectes rellevants observats i les conclusions que sortiran a l'informe d'auditoria. **En cas que es detecti un incompliment al Codi de Conducta, es concreta el pla d'acció i un calendari que determinarà la revisió posterior a les auditories de seguiment de les no conformitats.** Si no s'han pres accions correctives adequades per resoldre-les, prenem les mesures oportunes en cada cas amb el proveïdor. En la pràctica totalitat dels casos, l'actitud per part dels proveïdors és de cooperació total i disposició absoluta de millorar.

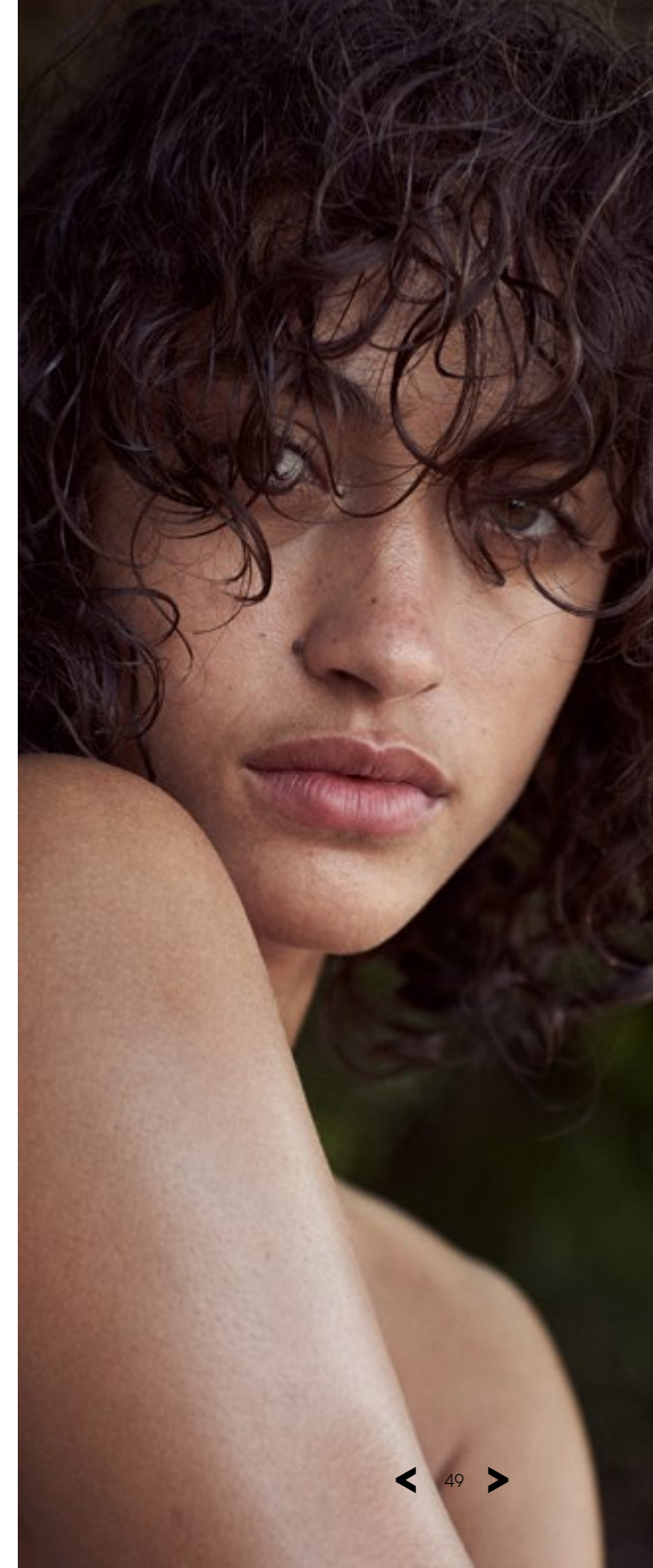
**En cas d'existir representants sindicals a les fàbriques, tot aquest procés es fa conjuntament amb ells. També es fan auditories de manteniment cada un o dos anys, depenent del país d'origen.**

## INCOMPLIMENTS DEL CODI DE CONDUCTA DE MANGO DETECTATS EN LES AUDITORIES QUE S'HAN DUT A TERME

	NÚMERO DE FÀBRQUES AMB INCOMPLIMENTS	PUNTS DEL CODI DE CONDUCTA INCOMPLERTS
XINA	122	<b>1,2,3,4,7,8,10,11</b>
TURQUIA	108	<b>1,2,3,4,7,8,10,11</b>
ÍNDIA	33	<b>3,7,8,10</b>
BANGLADESH	26	<b>3,4,7,8,10,11</b>
VIETNAM	12	<b>3,7,8,10</b>
PORTUGAL	10	<b>3,7,8,10,11</b>
ESPANYA	6	<b>3,7,8,10,11</b>
MARROC	3	<b>3,10</b>
CAMBODJA	2	<b>3,7,8,10</b>
PAKISTAN	1	<b>10</b>
INDONÈSIA	1	<b>1,7,8,10</b>
BIRMÀNIA	1	<b>3,10</b>
ROMANIA	1	<b>10</b>

En el cas d'alguna incidència que  
hagi notificat un sindicat local,  
la seva anàlisi i resolució es fa  
conjuntament amb el sindicat i amb  
les organitzacions implicades amb  
les quals tenim un acord en matèria  
d'RSC.

A vegades, l'equip d'auditoria  
interna d'RSC s'uneix a les auditories  
externes o fa, per la seva banda,  
el seguiment d'algun aspecte en  
concret del Codi de Conducta.  
Així mateix, com en anys anteriors,  
representants de la Secretaria  
d'Internacional de CCOO d'Indústria  
van fer visites conjunes a algunes  
fàbriques a Àsia. L'objectiu principal  
d'aquestes visites és comprovar  
la progressió de la situació dels  
treballadors a les fàbriques de  
producció tèxtil i conèixer de  
primera mà la funció que hi té la  
representació sindical.







% D'INCOMPLIMENTS DETECTATS SEGONS ELS PUNTS  
DEL CODI DE CONDUCTA

- 1. TREBALL INFANTIL:** 0,82%
- 2. TREBALLS FORÇATS I OBLIGATORI:** 0,55%
- 3. SALUT I SEGURETAT A LA FEINA:** 26,30%
- 4. LLIBERTAT D'ASSOCIACIÓ:** 5,07%
- 5. DISCRIMINACIÓ:** 0,00%
- 6. MESURES DISCIPLINÀRIES, ASSETJAMENTS I ABUSOS:** 0,00%
- 7. HORARI DE TREBALL:** 27,81%
- 8. REMUNERACIONS:** 20,00%
- 9. SUBCONTRACTACIÓ:** 0,00%
- 10. MEDI AMBIENT:** 14,25%
- 11. COMPLIMENT LEGALITAT:** 5,21%

Tal com es pot veure a continuació, gran part dels incompliments detectats es concentren en els punts: 7. Horari de treball, 3. Salut i seguretat a la feina, i 8. Remuneracions.

Pel que fa al treball infantil, cal destacar que no s'han trobat menors de 15 anys treballant a les fàbriques dels proveïdors de MANGO. Els incompliments detectats en aquest punt corresponen al fet de no tenir establerta una política contra el treball infantil, no mantenir una còpia dels documents d'identificació dels treballadors, les hores extres de treballadors joves, etc.

En tots aquests casos, es van establir plans d'acció concrets amb els proveïdors per corregir les irregularitats i se'n va fer un seguiment posterior.

En moltes ocasions, els incompliments detectats deriven del desconeixement del proveïdor, raó per la qual un dels objectius del Departament d'RSC és desenvolupar programes de formació a proveïdors en origen.

## DRETS HUMANS I PRINCIPIS RECTORS

L'anomenat Marc Ruggie de protegir, respectar i posar remei aporta recomanacions pràctiques per incorporar aquest enfocament de drets humans que són aplicables a les empreses. A MANGO estem desenvolupant mecanismes de gestió interns que ens serveixin d'eines de mesurament i avaluació en l'aplicació dels drets humans en tots els nostres àmbits d'actuació interns i externs. De la mateixa manera, estem treballant per millorar els canals de comunicació amb els nostres grups d'interès.

El nostre sistema d'auditories és la base fonamental per implementar els Principis Rectors de l'ONU sobre les empreses i els drets humans en la cadena de subministrament.

## ACORD SOBRE SEGURETAT DELS EDIFICIS I D'INSTAL·LACIONS CONTRA INCENDIS A BANGLADESH

Ens unim a aquest acord, establert el maig del 2013, amb una vigència de cinc anys, constituït per nombroses marques tèxtils de tot el món, sindicats i ONG. L'objectiu és conjuminar esforços i obrir vies de comunicació efectives amb el govern i els sindicats locals de Bangladesh que contribueixen a millorar les condicions dels treballadors de les fàbriques tèxtils d'aquell país. De la mateixa manera, representants de l'Organització Internacional del Treball (OIT) treballen activament per fer realitat els objectius acordats. Actualment, més de 200 marques hi estan adherides, cosa que suposa un total de 1.655 fàbriques involucrades en el sistema d'inspeccions, que afecten més de dos milions de treballadors, a Bangladesh.

**MANGO ES VA UNIR  
EL 2014 AL GRUP DE  
TREBALL D'EMPRESES  
I DRETS HUMANS DE LA  
XARXA ESPANYOLA DEL  
PACTE MUNDIAL.**

**83%**

**Mitjana de progrés  
de correcció de les  
fàbriques de MANGO  
inspeccionades per  
l'Acord.**



# ASPECTES AMBIENTALS



El respecte pel medi ambient és un requisit ineludible per a una empresa amb vocació sostenible. La gestió ambiental és un eix i està integrada en el model de negoci. La nostra reiterada responsabilitat ambiental es materialitza amb accions per reduir els impactes i empenent iniciatives per promoure una consciència sostenible entre els proveïdors, els empleats i els clients.



## MINIMITZACIÓ DE L'IMPACTE AMBIENTAL

La nostra gestió ambiental té per objectiu l'optimització del consum de recursos i la implantació constant de millores per mitigar i minimitzar els nostres impactes en l'entorn.

## VALORITZACIÓ I MILLORES EN LA GESTIÓ DELS RESIDUS

**Tenim un Pla empresarial de prevenció de residus d'envasos i embalatges (PEP) aprovat per l'Administració, en el marc del qual s'estableixen determinats criteris per reduir i optimitzar l'ús d'embalatges amb relació a el producte.**

En totes les nostres instal·lacions i punts de venda duem a terme la recollida selectiva dels residus generats perquè es puguin valoritzar i reciclar (cartró, plàstic, fusta, vidre, banal, etc.). Els residus generats els gestionen empreses externes especialitzades. MANGO està adscrit als sistemes integrats de gestió de residus establerts en determinats països (sistemes punt verd).

Només l'1% dels residus generats són especials (residus associats a la tecnologia i el manteniment d'oficines: tòners, fluorescents, piles, aerosols, dissolvent no halogenat). Es gestionen correctament segons les seves característiques.

**77,4%**  
CARTRÓ I PAPER

 3.041 TN  
RECICLATGE

**11,8%**  
BANAL

 462 TN  
GESTIÓ PER UN CENTRE DE RECOLLIDA

**4,9%**  
FUSTA

 190 TN  
RECICLATGE I REUTILITZACIÓ

**3,7%**  
MESCLES  
VALORITZABLES

 144 TN  
RECUPERACIÓ

**2,2%**  
ALTRES

88 TN  
RECICLATGE I  
RECUPERACIÓ



## GESTIÓ AMBIENTAL

Per a les comandes inicials fem servir el sistema cross-docking, que consisteix en uns assortiments preestablerts i preparats des del proveïdor. D'aquesta manera, les caixes no s'han de manipular quan entren als magatzems, sinó que s'envien directament a la seva destinació. Aquest sistema comporta una sèrie d'avantatges, com ara menys utilització d'embalatges i menys consum d'energia.

# 22,3%

COMANDES INICIALS FETES AMB EL SISTEMA CROSS-DOCKING

Fem servir caixes de material 100% reciclat, sense elements metàl·lics i amb precintes de paper, així asseguruem el reciclatge correcte i complet de les caixes quan ja no estan en condicions per ser reutilitzades.

## AVANCEM EN EL NOSTRE PROJECTE DE RECICLATGE TÈXIL

A finals del 2015, vam llançar un projecte pilot de recollida tèxtil en botigues a la zona de Barcelona. D'aquesta manera, i en línia amb l'ODS 12 *Producció i consum sostenibles*, vam estendre la nostra responsabilitat com a productor de residu tèxtil i vam oferir als clients la possibilitat de donar una segona oportunitat a la seva roba i calçat usat, contribuint així a tancar el cercle del residu tèxtil.

El 2016, hem posat en marxa una primera expansió del projecte pilot a Espanya col·locant contenidors de reciclatge tèxtil en 25 botigues de les principals ciutats nacionals. El 2017 està prevista una segona expansió a escala nacional i internacional.

Tota la roba i el calçat recollits en botigues es processa als centres de recuperació i reciclatge Koopera, on es classifiquen degudament i se'ls dona una segona vida: reutilitzar-se, tornar-se a convertir en matèria primera o reciclar-se per a noves funcions, com ara aïllament tèrmic, farcit de sofàs o valorització energètica, entre d'altres.

Koopera forma part d'un grup de cooperatives d'iniciativa social i d'empreses d'inserció laboral no lucratives impulsades per Càritas. El projecte pilot de recollida tèxtil no només assegura la gestió i el reciclatge correctes del residu tèxtil, sinó que alhora contribueix a crear llocs de treball fent realitat una economia social i solidària.



## EFICIÈNCIA EN EL CONSUM DE RECURSOS

La nostra activitat es porta a terme en diferents instal·lacions i punts de venda, que, any rere any, implanten accions de millora per a una major eficiència energètica tenint en compte les seves característiques.

## CRITERIS DE SOSTENIBILITAT EN OFICINES I CENTRES DE DISTRIBUCIÓ

El compromís amb el medi ambient també és present en la planificació i el disseny de les noves instal·lacions per mitjà de l'aplicació de criteris d'ecoeficiència:

### CENTRE LOGÍSTIC DE LLIÇÀ D'AMUNT

Té capacitat per distribuir 75.000 peces a l'hora, triplicant així la nostra capacitat logística.

#### MESURES PRINCIPALS:

- › sistema de gestió lumínica integral per assegurar l'aprofitament de la llum natural i la incorporació d'il·luminació LED
- › control de climatització centralitzat
- › recuperació d'energia als robots de la nau
- › aprofitament intern de totes les terres d'excavació
- › incorporació d'un estudi paisatgístic amb plantes mediterrànies autòctones de baix consum d'aigua
- › utilització de les aigües pluvials per al reg sostenible de la urbanització i sistema d'incendis

### HANGAR 2

Té una superfície de 14.000 m<sup>2</sup> i està situat a Palau-solità i Plegamans.

#### MESURES PRINCIPALS:

- › aprofitament de la llum natural i il·luminació LED per assegurar el menor consum possible
- › climatització centralitzada per assegurar l'eficàcia dels equips
- › ús de materials de baixa transmissió tèrmica per impedir que la calor entri a l'edificació (claraboies de nanogel, panells de façana amb llana de roca i vidres i claraboies específiques)



**21.646 GWh**  
CONSUM  
D'ELECTRICITAT



**2.609 GWh**  
CONSUM DE GAS

(17 calderes a les nostres instal·lacions de L'Hangar, Montcada, Palau, Parets del Vallès i Terrassa)



**23.948 m<sup>3</sup>**  
CONSUM D'AIGUA

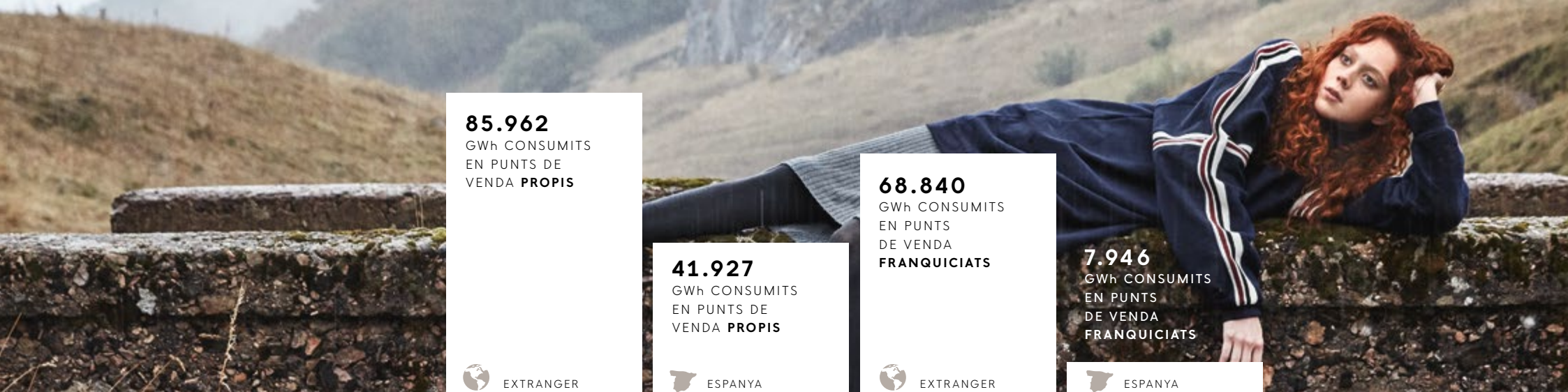
(a la seu central i els magatzems a Espanya)



**4.703 l**  
CONSUM DE GASOIL

(fet servir en tasques de manteniment dels grups electrògens)





## CRITERIS DE SOSTENIBILITAT EN BOTIGUES

Tenim el compromís de gestionar l'activitat de les botigues, tant pròpies com franquiciades, de la manera més equilibrada i amb el menor impacte ambiental possible. Ens trobem en un sector en què les característiques del punt de venda i la presentació del producte són fonamentals; la il·luminació, l'espai i la climatització són bàsics.

### IL·LUMINACIÓ

Totes s'il·luminen amb halurs. La il·luminació mitjançant LED està implementada al 100% de les botigues noves i, progressivament, s'està aplicant a la resta de botigues. A més, s'incorporen sistemes de control d'il·luminació de la quantitat de llum fora de les hores d'obertura al públic i es revisen els nivells d'il·luminació, rebaixant-los en els casos en què se'n va instal·lar un de superior a l'actual especificat per MANGO.

### REUTILITZACIÓ

Tots els traspassos de productes entre punts de venda, així com les devolucions als magatzems centrals, es fan en caixes de cartró reutilitzades. Part del mobiliari dels outlets prové d'altres instal·lacions i els penjadors de plàstic que arriben als punts de venda amb els enviaments es reutilitzen per a les rebaixes.

### CLIMATITZACIÓ

Els equips de climatització són d'alt rendiment en fred i calor per obtenir més potència amb menys consum. Quan és aplicable, també s'instal·len cortines d'aire a les entrades de les botigues amb la finalitat de generar una barrera tèrmica entre l'interior climatitzat del local i l'exterior, per conservar millor la temperatura de climatització.

### BOSSES

Totes les bosses que donem als clients són de paper reciclat o de paper certificat per l'organització Programme for the Endorsement of Forest Certification Eschemes (PEFC). Les bosses de plàstic es fan servir en botigues outlet i en rebaixes. Actualment, el 69% de les bosses comercials MANGO posades al mercat són de paper.

### MATERIALS

Apostem per materials menys agressius per al medi ambient, més perdurables i amb menys manteniment. Quan fem servir parquets, disposen de la certificació atorgada per l'organització Programme for the Endorsement of Forest Certification Eschemes (PEFC), que assegura una gestió forestal sostenible.

## TRANSPORT I DISTRIBUCIÓ SOSTENIBLES

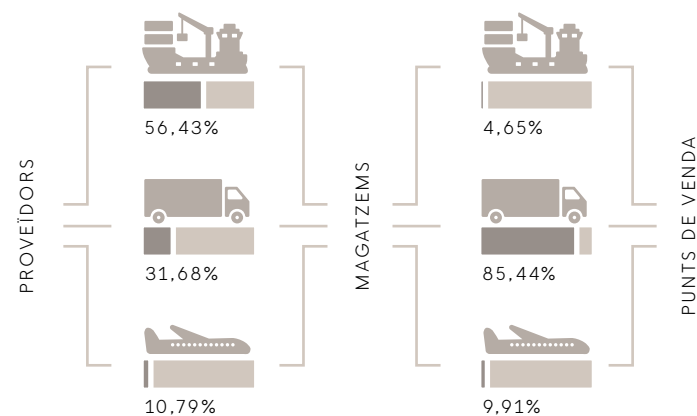
El nostre objectiu és continuar treballant per minimitzar els impactes ambientals derivats del transport i la distribució.

### MESURES PRINCIPALS:

- › **Sistemes de classificació i encaixat als centres de distribució** que permeten optimitzar el contingut de les caixes que s'envien als punts de venda. L'optimització del contingut de les caixes comporta menys utilització d'embalatges i, conseqüentment, una reducció de la producció de residus.
- › **Distribució en penjadors de les peces que requereixen que es penguin**, des del proveïdor fins als centres de distribució i des d'aquests centres fins als punts de venda més propers. Això comporta una optimització d'embalatges, a més d'un estalvi d'espai que implica la utilització de menys vehicles de transport i un estalvi d'emissions.
- › **Control i monitorització de les activitats logístiques**, totes contractades a terceres empreses, des de la seu central.
- › **Optimització de temps i volums de càrrega** a tots els punts de la cadena de distribució.
- › **Optimització dels enviaments**, sempre que sigui operatiu, aglutinant en un únic transportista el major nombre de destinacions.
- › **Ús de transport marítim** per part dels proveïdors de peça acabada i complements. Per a algunes zones i àmbits concrets, es fa servir el transport per carretera i l'aeri.
- › **Xarxa de magatzems estratègics** per cobrir totes les nostres necessitats de distribució a punts de venda en diferents àrees geogràfiques, optimitzant així la distància que ha de recórrer cada comanda fins a arribar a la seva botiga de destinació. La reposició es fa de manera periòdica en funció de les vendes.
- › **Servei de transport gratuït per al personal de les diferents instal·lacions de la seu central**, des de les ciutats properes més importants, que cobreix tots els torns i les franges horàries. Aquest servei suposa un estalvi d'emissions indirectes associades al desplaçament de personal. Mitjançant enquestes internes, consultem quines són les rutes i les zones amb més demanda per adaptar el servei a les necessitats del personal.

**37% DELS EMPLEATS FAN SERVIR EL SERVEI DE TRANSPORT GRATUÏT**

**TOTES LES EMPRESES DE TRANSPORT AMB QUÈ COL·LABOREM SÓN ORGANITZACIONS DE PRIMER NIVELL AMB POLÍTIQUES AMBIENTALS ESTABLERTES**



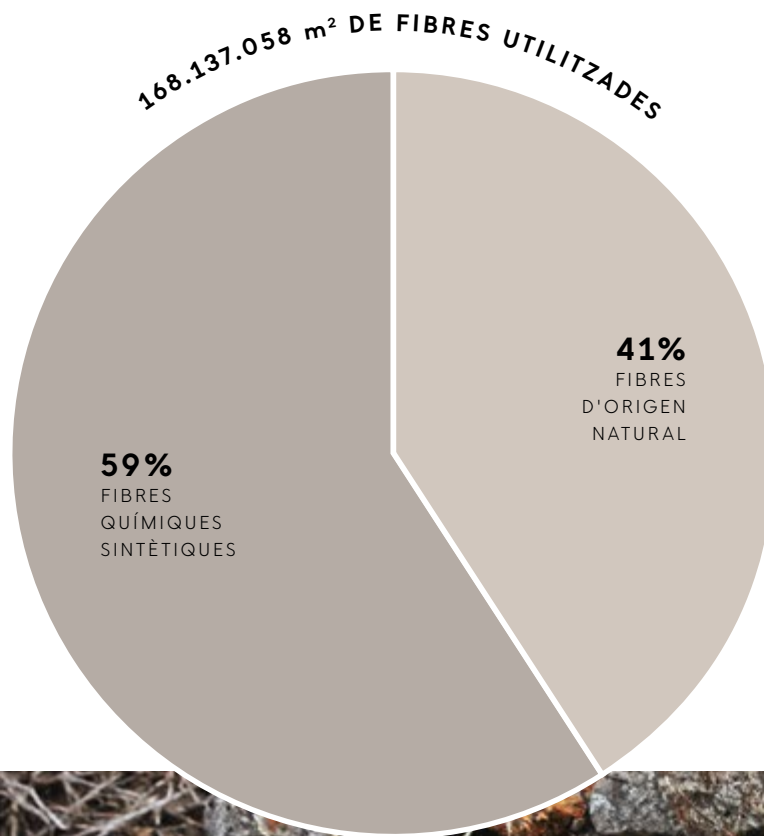


## BONES PRÀCTIQUES AMBIENTALS EN L'ACTIVITAT DE FABRICACIÓ

Tota la nostra activitat de fabricació es porta a terme mitjançant terceres empreses situades en diferents països. Una de les prioritats és la implantació de pràctiques respectuoses amb el medi ambient.

### MESURES PRINCIPALS:

- › **Inclusió al Codi de Conducta** de compromisos ambientals per part de tots els proveïdors.
- › **Verificació de l'aplicació dels compromisos** en sistemes de gestió ambiental i el seu funcionament adequat mitjançant auditories externes a les fàbriques.
- › **Creació d'un estàndard de substàncies químiques**, d'obligat compliment per part dels proveïdors, en la fabricació dels diferents productes, així com la verificació externa de la seva aplicació per mitjà d'un laboratori de referència.



## ÚS DE TEIXITS I FIBRES SOSTENIBLES

Continuem apostant pels materials sostenibles i formalitzem aquest compromís mitjançant el Pla d'RSC 2017-2020 *TAKE ACTION*. Amb la seva implantació, pretenem augmentar progressivament el percentatge de fibres sostenibles en totes les nostres línies i col·leccions. Augmentarem l'ús de fibres sostenibles, com el cotó orgànic, el cotó reciclat, el polièster reciclat i el TENCEL®, entre d'altres.

**Totes les fibres sostenibles utilitzades en col·leccions MANGO tenen certificacions segons estàndards internacionals per acreditar-ne l'origen i el caràcter sostenible.**

## COMPROMÍS DETOX

Reconeixem la importància d'assegurar que les nostres peces siguin 100% lliures de substàncies nocives, i som conscients de la urgència de controlar els abocaments industrials i eliminar tots els químics perillosos i nocius per al medi ambient per poder assolir la categoria de *fàbrica neta* al llarg de tota la nostra cadena de subministrament.

La iniciativa DETOX té com a objectiu desafiar les millors marques tèxtils per fer els canvis necessaris, juntament amb els proveïdors, per eliminar les substàncies perilloses al llarg de la cadena de subministrament del seu producte abans de l'1 de gener del 2020.

Som conscients que per aconseguir aquest objectiu, la rellevància i la transparència d'informació és important i necessària, en línia amb el *dret a saber*.

A aquest objectiu, posem a disposició del públic, per mitjà de la nostra pàgina web, informes de seguiment i progrés de la iniciativa, llistes de substàncies restringides tant en producte com en fabricació, i metodologia de detecció.

Seguint els mateixos criteris de selecció i pautes que a la fase inicial, el 2016 hem dut a terme el mostreig d'aigües de processos humits de proveïdors a la Xina i l'Índia. Aquesta tercera fase d'anàlisi de processos humits s'ha focalitzat a fer anàlisis tant a proveïdors nous com de seguiment. S'han analitzat processos humits d'aproximadament el 40% i el 30% de la producció a la Xina i l'Índia, respectivament, cosa que representa un 16% de la nostra producció global. Se sumen al 26% i el 38% d'anàlisis de processos humits fetes en anys anteriors.

**EL DESEMBRE DEL 2012, ENS VAM COMPROMETRE AMB GREENPEACE I LA SEVA INICIATIVA DETOX. EL NOSTRE COMPROMÍS I DEDICACIÓ AMB DETOX HA ESTAT AVALUAT POSITIVAMENT PER GREENPEACE, QUE EL 2016 SITUA MANGO EN 'EVOLUTION MODE' EN EL DETOX CATWALK.**

El 2015 vam revisar la nostra llista de substàncies restringides en la producció (MRSL) i vam expandir les substàncies nocives restringides més enllà dels 11 grups de químics inicials. Amb l'enfocament de *fàbrica neta* i el principi de precaució, reconeixem que els estàndards de substàncies nocives restringides s'haurien d'aplicar al llarg de tota la cadena de subministrament de la indústria tèxtil i han de servir com a pautes per establir mesures permanents per evitar la contaminació de les aigües en tots els processos de producció.

Per a més detalls del projecte i el seu progrés:

[http://shop.mango.com/iframe.faces?state=she\\_001\\_ES](http://shop.mango.com/iframe.faces?state=she_001_ES)



# CÀLCUL, COMPENSACIÓ I REDUCCIÓ D'EMISSIONS DE GASOS AMB EFECTE D'HIVERNACLE

Afermem el nostre compromís amb la lluita contra el canvi climàtic amb la implantació de millores que tenen l'objectiu de minimitzar el consum de recursos, a més de calcular la nostra petjada de carboni i compensar anualment les emissions generades per les oficines i el transport de personal.

## CÀLCUL DE LA PETJADA DE CARBONI

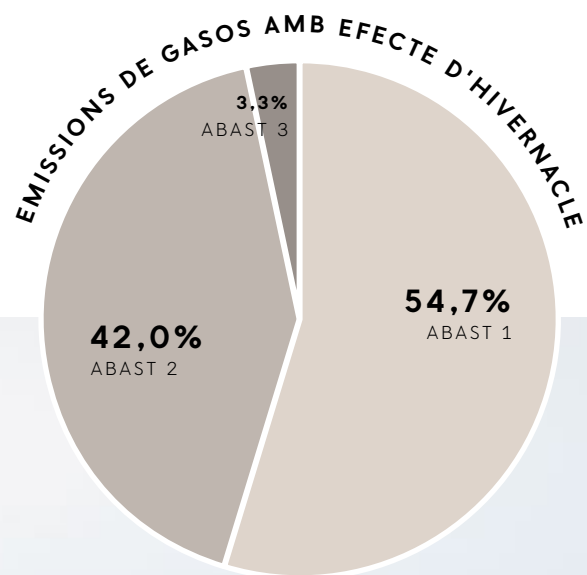
Des de fa set anys, duem a terme l'estudi i el càlcul complet de les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle. Fem l'estudi internament, fent servir una eina de càlcul pròpia dissenyada per tenir en compte tots els factors rellevants associats a les emissions de MANGO.

L'estudi inclou totes les categories d'emissions, segons protocols internacionals: abast 1 (emissions directes), abast 2 (emissions indirectes associades a l'electricitat) i abast 3 (altres emissions indirectes, com els desplaçaments de personal). Al càlcul s'inclouen les emissions de CO<sub>2</sub> des de la producció de matèries primeres i la confecció de la peça final, fins a la logística directa, incloent-hi, així, les emissions des de la producció de les peces, i el seu pas per magatzems, fins a la seva destinació final als punts de venda.

**Adoptem un enfocament de control operacional comptabilitzant anualment les nostres emissions de gasos amb efecte d'hivernacle.**

Per homogeneïtzar els efectes individuals de cada gas sobre el canvi climàtic, les emissions dels diferents gasos amb efecte d'hivernacle es converteixen en una *única moneda*: el CO<sub>2</sub> equivalent. Aquesta conversió es fa a partir del *potencial d'escalfament* dels gasos amb efecte d'hivernacle de Kyoto. Les emissions de CO<sub>2</sub> equivalent es calculen per mitjà de factors de conversió, actualitzats anualment per la Fundació Ecologia i Desenvolupament (ECODES), que verifica aquest estudi i atorga a MANGO l'etiqueta de ZeroCO<sub>2</sub> de producció i logística. Tots els factors d'emissió aplicats provenen de bases de dades internacionals i publicades (Ecoivent 3.2 i IEA).

DES DEL 2010, MANGO FORMA PART DEL PROGRAMA 'ACORDS VOLUNTARIS', PROMOÛUT PER LA GENERALITAT DE CATALUNYA, QUE IMPLICA ESTABLIR UN INVENTARI ANUAL DELS GASOS EMESOS A ESCALA NACIONAL, AIXÍ COM DISPOSAR D'UNA POLÍTIKA DE REDUCCIÓ I, SI ES CAU, DE COMPENSACIÓ D'EMISSIONS.



**362.023**  
Tn CO<sub>2</sub> eq



**0,15%**  
GAS NATURAL  
OFICINES I  
MAGATZEMS  
NACIONALS

**1,45%**  
TRANSPORT  
MATÈRIES  
PRIMERES

**2,13%**  
ELECTRICITAT  
OFICINES/  
MAGATZEMS

**3,34%**  
TRANSPORT  
DE PERSONAL

**7,57%**  
PRODUCCIÓ  
MATÈRIES  
PRIMERES

**13,30%**  
ELECTRICITAT  
PRODUCCIÓ

**26,57%**  
ELECTRICITAT  
PUNTS  
DE VENDA

**45,54%**  
TRANSPORT  
MERCADERIES

Tn CO<sub>2</sub> eq.



## COMPENSACIÓ D'EMISSIONS

Des del 2009, compensem les emissions generades a les nostres oficines i derivades del transport de personal. Triem projectes de compensació propers a les nostres àrees de producció per estimular el desenvolupament sostenible a les nostres zones d'influència. Les últimes emissions compensades corresponen al 2015 i ascendeixen a 18.137 Tn CO<sub>2</sub> eq. Van ser compensades col·laborant en els projectes citats a continuació.

**Tots els projectes de compensació estan tramitats amb la certificació de compensació Clean CO<sub>2</sub>.**

### PROJECTE 1 AEROGENERADORS A BALIKESIR (TURQUIA)

Situat al districte de Kepsut, província de Balikesirm, té com a objectiu fer servir el potencial de l'energia eòlica a Turquia per compensar el requeriment d'energia mitjançant una producció sostenible i rendible. La planta té una capacitat total instal·lada de 142 MW mitjançant la instal·lació de 57 turbines. S'espera que la producció anual total d'electricitat del projecte assoleixi els 549.000 MWh. L'electricitat generada se subministra a la xarxa elèctrica nacional de Turquia, col·laborant a una transició cap a energies netes i renovables.

### PROJECTE 2 MICROCENTRALS HIDROELÈCTRIQUES (XINA)

Consisteix en un centenar de petites i microcentrals hidroelèctriques, amb una capacitat instal·lada de 0,5 a 15 MW cadascuna, localitzades a les províncies de Sichuan, Chongqing, Yunnan i Guizhou. Aquestes minicentrals permeten produir energia lliure d'emissions en zones rurals i muntanyenques del sud-oest de la Xina. Les centrals fan servir salts naturals d'aigua sense necessitat d'un dic de contenció per generar energia sostenible. Aquestes minicentrals permeten disminuir l'ús de llenya per a la llum i la calefacció, resultant en menys desforestació, erosió del sòl i mitigació de la contaminació atmosfèrica.

## CRITERIS D'ECOEFICIÈNCIA PER A LA REDUCCIÓ D'EMISSIONS

En les reformes i les obertures de nous punts de venda propis i franquiciats, tenim en compte una sèrie de criteris i implantem accions per reduir els consums energètics, reduint, en conseqüència, la generació d'emissions. Encara que el consum energètic global de botigues ha augmentat a causa de l'increment dels m<sup>2</sup> de superfície de venda, observem més eficiència en botigues considerant el consum mitjà per m<sup>2</sup>.

**Els últims tres anys, hem aconseguit un estalvi del 20%, aproximadament, en el consum energètic per m<sup>2</sup> a les botigues d'Espanya.**

# QUALITAT I SEGURETAT EN ELS NOSTRES PRODUCTES

Els estàndards de qualitat i seguretat a MANGO són molt exigents i s'apliquen en totes les fases del procés de producció, des del desenvolupament del concepte dels articles, la compra dels materials i la fabricació fins al consum.





QUALITAT I SEGURETAT EN ELS NOSTRES ARTICLES

## LA QUALITAT I LA SEGURETAT, UNA PRIORITAT

Ens assegurem d'oferir la màxima qualitat i seguretat en tots els nostres articles, per això tenim una cura especial en tots els processos. Disposem de procediments i normes que assegurin un compliment estricte de la legislació aplicable i altres recomanacions en la matèria.

### CONTROL DE SUBSTÀNCIES NOCIVES

A MANGO hem assegurat sempre el compliment de tota la legislació que, en matèria de substàncies nocives, és aplicable als diferents països on comercialitzem els nostres productes: peces, calçat i tot tipus d'accessoris.

Des del 2001 tenim implantat un sistema de control de substàncies nocives que estableix uns estàndards de qualitat elevats dels nostres proveïdors i de les seves fàbriques que es reflecteixen en el producte final.

Tots els nostres proveïdors signen un document, com a part del contracte comercial, sobre la normativa de MANGO referent a la utilització de

productes i substàncies químiques en la fabricació. Un cop iniciada la producció i abans que s'embarqui, se selecciona una mostra de cada model/color i s'envia al laboratori perquè l'analitzin.

Confiem en l'Institut Tecnològic Tèxtil - Aitex ([www.aitex.org](http://www.aitex.org)), un laboratori espanyol de prestigi internacional reconegut, que és l'únic laboratori d'Espanya que forma part de l'organització suïssa Oeko-Tex. El fet que la totalitat de la nostra producció s'analitzi en un únic laboratori ens assegura l'homogeneïtzació dels mètodes d'assaig i facilita la supervisió i la gestió de resultats.

**EL 100% DE LES  
NOSTRES COL·LECCIONS  
S'ANALITZEN SEGONS  
LA NORMATIVA DE  
MANGO REFERENT A LA  
UTILITZACIÓ DE PRODUCTES  
I SUBSTÀNCIES QUÍMIQUES.**

**EL COMPLIMENT DE TOT  
EL QUE HEM ESPECIFICAT  
ÉS UN REQUISIT  
INDISPENSABLE PER  
PODER TREBALLAR COM A  
PROVEÏDOR DE MANGO.**

## ESTÀNDARD MANGO DE SALUT I SEGURETAT DEL PRODUCTE

Aquest estàndard, elaborat per l'equip d'RSC en col·laboració amb tècnics d'Aitex experts en la matèria, és un manual detallat de cadascuna de les substàncies que s'analitzen sobre el producte, a més de les legislacions aplicables, mètodes d'assaig, toxicologia, etc. Es revisa dues vegades a l'any i s'actualitza d'acord amb els canvis en les legislacions i altres recomanacions de MANGO en matèria de substàncies químiques. Els límits aplicats són els més restrictius de la legislació vigent.

Abans que comenci cada nova temporada, tots els nostres proveïdors reben l'estàndard actualitzat perquè el tinguin present a l'hora d'adquirir les matèries primeres per a la producció final i, d'aquesta manera, assegurar el producte des de l'origen. Així mateix, hi ha un pla de formació a proveïdors nous sobre els aspectes clau d'aquest procediment.

PARÀMETRES	LÍMITS APLICABLES	ÀREA D'APLICACIÓ	LÍMITS OBJECTIU	MÈTODES D'ASSAIG
ALQUIFENOLS <sup>(1)</sup>	100 ppm	Tèxtils i pell	0.2 ppm	Solvent Extraction, GC-MS (AP) & LC-MS (APEO) analysis.
ANTIMONI	5 ppm	Tèxtils de polièster	1.0 ppm	ISO 105-E04 acid perspiration extraction & ICP analysis.
ARILAMINES (COLORANTS AZOICS) <sup>(2)</sup>	20 ppm	Tots els productes	0.1 ppm	EN 14362-3: 2012. ISO 17234-1:2010; ISO 17234-2:2011 Leather: EN 14362-3-GB/T 17592- GB/T 23344 (4-aminobenzene)
ARSÈNIC	No detectat (0.06 ppm)	Tots els productes	0.06 ppm	ISO 105-E04/ acid perspiration extraction & ICP analysis. (Extractable)
BENZENOS Y TOLUENOS- CARRIERS <sup>(3)</sup>	1.0 ppm	Tèxtils de polièster, seda i llana	0.1 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
BIOCIDES <sup>(4)</sup>	No detectat (1.0 ppm)	Fibres tèxtils naturals	1.0 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
CADMI	5 ppm	Tèxtils, excloent cuir sintètic	1.0 ppm	EN 1122-2001/ Acid Digestion followed by ICP analysis. (Total)
	75 ppm	Pell sintètica natural, productes de metall		
COLORANTS DISPERSOS AL·LÈRGICS <sup>(5)</sup>	50 ppm	Fibres sintètiques tèxtils	1.0 ppm	DIN 54231
COMPOSTOS FENÒLICS (PCP, TECP)	0.05 ppm	Tèxtils i pell per a bebès	0.02 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
	0.5 ppm	Tèxtils i pell > de 3 anys		
COMPOSTOS ORGÀNICS D'ESTANY (TBT, DBT, TPHT, DOT)	100 ppm	Productes tèxtils	0.5 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
CROM (VI)	0.5 ppm	Productes de pell per a bebè	0.5 ppm	DIN 53314-1996 UNE EN 17075:2008
	3 ppm	Productes de pell		
DIMETIL FUMARAT (DMFU)	No detectat (0.1 ppm)	Tèxtils i pell	0.1 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.



QUALITAT I SEGURETAT EN ELS NOSTRES ARTICLES

(1) OP, NP, OP(EO)<sub>1-2</sub>, NP(EO)<sub>1-9</sub>.

(2) 4-Aminobiphenyl, Benzidine, 4-Chlor-o-toluidine, 2-Naphthylamine, o-Aminoazotoluene, 2-Amino-4-nitrotoluene, p-Chloraniline, 2,4-Diaminoanisole, o-Anisidine, 3,3'-Dichlorobenzidine, 2,4,5-Trimethylaniline, 3,3'-Dimethoxybenzidine, 2,4- Toluylenediamine, 3,3'-Dimethylbenzidine, 3,3'-Dimethyl-4,4'-diaminodiphenylmethane, p-Cresidine, 4,4'-Methylene-bis-2-chloraniline, 4,4'-Oxydianiline, 4,4'-Thiodianiline, o-Toluidine, 2,4-Xilidine, 2,6-Xilidine, 4,4'-Diaminodiphenylmethane, 4-Aminoazobenzen.

(3) Dichlorobenzenes, Trichlorobenzenes, Tetrachlorobenzenes, Pentachlorobenzenes, Hexachlorobenzenes, Chlorotoluenes, Dichlorotoluenes, Trichlorotoluenes, Tetrachlorotoluenes, Pentachlorotoluenes.

(4) According to list, includes: triclosan, BIT, Kathon, IPBC, DTTB.

(5) Disperse: Blue1, Blue3, Blue7, Blue26, Blue35, Blue102, Blue106, Blue124, Brown1, Orange1, Orange3, Orange37, Orange76, Red1, Red11, Red17, Yellow1, Yellow3, Yellow9, Yellow39, Yellow49.

(6) DEHP, BBP, DBP, DIBP, DNOP, DINP, DIDP, DNHP.

(7) According to list, includes: 2,4,5-T, 2,4-D, Azinophosmethyl, Azinophosethyl, Aldrine, Bromophos-ethyl, Captafol, Carbaryl, Chlordane, Chlordimeform, Chlorfenvinphos, Coumaphos, Cyfluthrin, Cyhalothrin, Cypermethrin, DEF, Deltamethrin, DDD, DDE, DDT, Diazinon, Dichlorprop, Dicrotophos, Dieldrine, Dimethoate, Dinoseb and salts, Endosulfan, Endrine, Esfenvalerate, Fenvalerate, Heptachlor, Heptachloroepoxide, Hexachlorobenzene, Hexachlorocyclohexane, Lindane, Malathion, MCPA, MCPB, Mecoprop, Metamidophos, Methoxychlor, Mirex, Monocrotophos, Parathion, Parathion-methyl, Phosdrin/Mevinphos, Propethamphos, Profenophos, Quinalphos, Toxaphene, Trifluralin.

(8) PFOA, PFNA, PFBS, 4:2 FTOH, 6:2 FTOH, 8:2 FTOH, 10:2 FTOH, POSF, FOSA, PFHxS, PFHxA.

Bromat, retardants de flama clorats i dissolvents clorats no es poden fer servir en el procés de producció.

PARÀMETRES	LÍMITS APPLICABLES	ÀREA D'APLICACIÓ	LÍMITS OBJECTIU	MÈTODES D'ASSAIG
FORMALDEHID	16 ppm	Tots els productes tèxtils i de pell per a bebès	5 ppm	Tèxtils: JIS L1041: 2000/ EN ISO 14184-1:2011 Pell: ISO 17226-1
	75 ppm	Tots els productes tèxtils i de pell, en contacte directe amb la pell		
	300 ppm	Tots els productes tèxtils i de pell que no estan en contacte directe amb la pell		
FTALATS <sup>(6)</sup>	One: 500 ppm Sum ≤ 1000 ppm	Articles de PVC, plàstic flexible i estampats plastisol	0.3 ppm	CEN-ISO-TS 16181, TS 16181 EN 15777, EN 14372 Solvent Extraction & GC-MS analysis.
MERCURI	No detectat (0.006 ppm)	Tots els productes	0.006 ppm	ISO 105-E04 acid perspiration extraction & ICP analysis. (Extractable)
NÍQUEL	No detectat (0.2 µg/cm²/week)	Metalls que es puguin introduir en el cos humà	0.2 µg/cm²/week	UNE-EN 12472:2006 + A1: 2010 1811:2011+A1:2015 UNE-EN 16128:2011
	0.5 µg/cm²/week	Per a altres productes de metall		
PARAFINES CLORADES DE CADENA CURTA	No detectat (100 ppm)	Tèxtils i pell	0.3 ppm	Solvent Extraction & GC-CE analysis.
PESTICIDES <sup>(7)</sup>	No detectat (0.05 ppm)	Fibres naturals tèxtils i de pell	0.05 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
PFCS (PERFLUOROCARBONS) <sup>(8)</sup>	1 µg/m² PFOS	Productes tèxtils	0.001 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
	Altres:(7) 0.1 ppm			
PLOM	5 ppm	Productes tèxtils, excloent pell sintètica	1.0 ppm	EN 1122-2001/ Acid Digestion followed by ICP analysis. (Total)
	90 ppm	Pell sintètica, pell natural i metalls		

## INCIDÈNCIES FINALS DETECTADES DEL TOTAL DE COL·LECCIONS DE PECES I COMPLEMENTS

TOTES S'HAN GESTIONAT DE MANERA  
INDIVIDUAL, PRENENT LES MESURES  
OPORTUNES EN CADA CAS.



L'ús de substàncies químiques comença en la producció de matèries primeres i continua al llarg del procés productiu, per la qual cosa és imprescindible supervisar-ho des de l'origen. Per aquest motiu, MANGO va signar un acord de col·laboració amb Greenpeace en el seu projecte DETOX, l'objectiu del qual és eliminar qualsevol producte químic perillós utilitzat durant els processos de producció. A més, hem desenvolupat un procediment intern de *re-check* de substàncies que consisteix a seleccionar aleatòriament mostres de la producció quan arriba als nostres magatzems. Des del 2016, fem el *re-check* de totes les peces tintades.

## ALTRES PRÀCTIQUES

A més de controlar l'ús de substàncies nocives, en tenim implantades d'altres:

### PVC

Tots els nostres teixits estan lliures de PVC. Amb tot, existeix un percentatge de complements (algunes bosses, carteres i cinturons) que encara es fan, a causa de tendències de moda, amb aquest material. Algunes serigrafies, per motius tècnics, també es fan amb aquest material.

### BENESTAR ANIMAL

Totes les pells que fem servir en les nostres peces i complements provenen d'animals destinats a la cadena d'alimentació humana. Des de fa anys, no fem servir pèl de conill, encara que el seu origen pugui ser el que es descriu anteriorment, ni de cap tipus d'animal exòtic, ni llana d'angora.

### SANDBLASTING

Segons el Codi de Conducta de MANGO, no està permesa la tècnica anomenada *sandblasting*, una pràctica que es fa servir per donar un efecte desgastat a les peces texanes, a causa del risc que comporta per a la salut dels treballadors que la practiquen.

### ETIQUETATGE

Complint la normativa vigent, totes les nostres peces i complements estan etiquetats indicant el país d'origen on s'han confeccionat, així com la composició, recomanacions de rentat, etc.



# DADES ECONÒMIQUES

Mantenir la rendibilitat necessària per garantir la perdurabilitat del negoci és un objectiu per a qualsevol empresa amb vocació sostenible. La nostra tenacitat per generar valor es basa en una gestió eficient i responsable dels recursos econòmics, i es complementa amb principis de transparència i ètica financera.





## MAGNITUDS ECONÒMIQUES PRINCIPALS

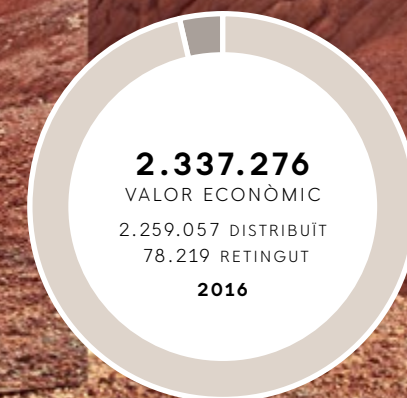
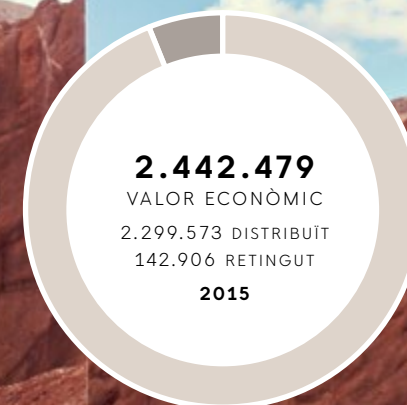
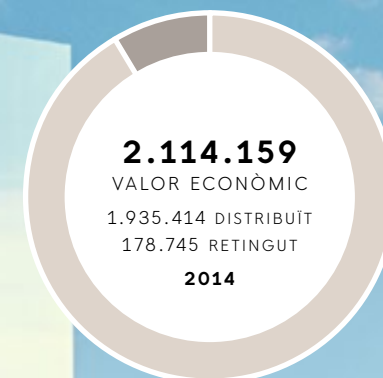
Els comptes anuals del Grup MANGO (grup consolidat) s'elaboren d'acord amb els principis i les normes de comptabilitat acceptats generalment i amb la normativa establerta als International Financial Reporting Standards (IFRS), en aplicació de la legislació vigent.

Totes les societats que estan dins dels requisits previstos a la legislació s'auditen externament. El grup de societats format per MANGO MNG HOLDING, S.A.U. i societats dependents ha estat coauditat per dues societats d'auditoria amb l'objectiu de mostrar més transparència. Les empreses que han fet la coauditoria esmentada han estat: PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. i Auren Auditors BCN, S.L.P.

Les dades que s'exposen a continuació provenen dels estats financers consolidats i d'altres registres comptables i de gestió del grup. Tots els imports, excepte indicació en cas contrari, s'expressen en milers d'euros.

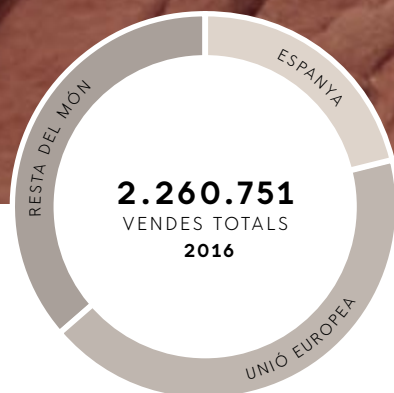
RESULTATS	2014	2015	2016
IMPORT NET DE LA XIFRA DE NEGOCIS	2.017.131	2.327.045	<b>2.260.751</b>
EBITDA	223.255	170.662	<b>77.304</b>
BENEFICI NET	77.876	11.874	<b>(60.940)</b>

BALANÇ	2014	2015	2016
FONS PROPIS	754.814	749.232	<b>706.512</b>
TOTAL BALANÇ	2.367.198	2.273.090	<b>2.214.760</b>
PERCENTATGE DE FONS PROPIS SOBRE TOTAL BALANÇ	31,88%	32,96%	<b>31,90%</b>





## INDICADORS D'ACOMPLIMENT ECONÒMIC



## VENDES PER TIPUS DE NEGOCI

	2014	2015	2016
VENDES EN PUNTS DE VENDA PROPIS	1.438.647	1.693.992	<b>1.668.157</b>
VENDES A FRANQUÍCIES	578.484	633.052	<b>592.594</b>
IMPORT NET DE LA XIFRA DE NEGOCIS	2.017.131	2.327.045	<b>2.260.751</b>

## VENDES PER ÀREES GEOGRÀFIQUES

	2014	2015	2016
ESpanya	375.716	454.796	<b>481.427</b>
UNIÓ EUROPEA	843.924	972.136	<b>959.803</b>
RESTA DEL MÓN	797.489	900.111	<b>819.520</b>
IMPORT NET DE LA XIFRA DE NEGOCIS	2.017.131	2.327.045	<b>2.260.751</b>

## DESPESES DE PERSONAL

	2014	2015	2016
SOUS	304.649	343.077	<b>333.611</b>
SEGURETAT SOCIAL I ALTRES DESPESES SOCIALS	72.162	81.160	<b>80.074</b>
TOTAL	376.811	424.238	<b>413.685</b>

## DISTRIBUCIÓ DE LES DESPESES DE PERSONAL

	2014	2015	2016
ESpanya	169.338	183.320	<b>184.618</b>
UNIÓ EUROPEA	141.277	170.225	<b>168.371</b>
RESTA DEL MÓN	66.197	70.691	<b>60.695</b>
IMPORT NET DE LA XIFRA DE NEGOCIS	376.811	424.238	<b>413.685</b>

## COST DE LES VENDES I MARGE BRUT



Les dades que es presenten corresponen al grup consolidat MANGO MNG HOLDING, S.A.U. i societats dependents.

## VARIACIONS DE RESERVES

ESTAT DE MOVIMENTS DELS FONS PROPIS	CAPITAL SOCIAL	PRIMA D'EMISSION	ALTRES RESERVES	RESULTAT EXERCICI	AJUST PER CANVI DE VALOR	TOTAL
SALDO AL FINAL DE L'EXERCICI 2015	22.233	139.778	575.347	11.874	0	<b>749.232</b>
DISTRIBUCIÓ EXERCICI 2015	0	0	11.874	(11.874)	0	<b>(0)</b>
RESULTAT EXERCICI 2016	0	0	0	(60.940)	0	<b>(60.940)</b>
DIVIDENDS	0	0	0	0	0	<b>0</b>
ALTRE RESULTAT GLOBAL DE L'EXERCICI	0	0	862	0	17.431	<b>18.293</b>
VARIACIÓ PER CANVIS EN PERÍMETRE DE CONSOLIDACIÓ	0	0	(73)	0	0	<b>(73)</b>
SALDO AL TANCAMENT DE L'EXERCICI 2016	22.233	139.778	588.010	(60.940)	17.431	<b>706.512</b>

PROVEÏDORS DE CAPITAL	2014	2015	2016
DEUTES AMB ENTITATS FINANCERES A CURT TERMINI	(355.787)	(76.911)	<b>(153.530)</b>
DEUTES AMB ENTITATS FINANCERES A LLARG TERMINI	(809.991)	(897.993)	<b>(880.400)</b>
TOTAL DEUTE	(1.165.778)	(974.904)	<b>(1.033.930)</b>
TRESORERIA I INVERSIONS FINANCERES A CURT TERMINI	733.271	446.428	<b>351.540</b>
TOTAL DEUTE NET	(432.507)	(528.476)	<b>682.390</b>
TOTAL BALANÇ	2.367.198	2.273.090	<b>2.214.760</b>
DEUTE NET / BALANÇ (%)	(18,27%)	(23,24%)	<b>(30,81%)</b>

IMPOSTOS DE BENEFICIS PER ÀREA GEOGRÀFICA	2014	2015	2016
ESPANYA	29.525	(9.604)	<b>(31.897)</b>
UNIÓ EUROPEA	(1.373)	1.061	<b>(1.241)</b>
RESTA DEL MÓN	1.620	1.238	<b>617</b>
TOTAL	29.772	(7.259)	<b>(32.521)</b>



## EXPANSIÓ NACIONAL I INTERNACIONAL

L'expansió del grup MANGO ha continuat el 2016, estant present en 110 països i un total de 2.217 punts de venda, amb una superfície total de 798.299 m<sup>2</sup>: el 60% correspon a punts de venda propis i el 40% a franquícies.

**478.409 m<sup>2</sup>**

PUNTS DE VENDA  
PROPIS

**319.890 m<sup>2</sup>**

PUNTS DE VENDA  
FRANQUICIATS

El sistema de franquícia es porta a terme en països on les característiques culturals i administratives són diferents de les nostres i, per aquest motiu, és més adequat que la gestió la facin persones del mateix país. De la mateixa manera, aquest sistema de gestió també s'aplica en els casos en què s'aporta una bona localització i quan les característiques del mercat local ho fan més apropiat, fins i tot en països on hi ha botigues pròpies.

**79%**

VENDES EN MERCATS  
INTERNACIONALS

**2.217**

PUNTS DE VENDA

**1.050**

PUNTS DE VENDA  
PROPIS

**1.167**

PUNTS DE VENDA  
FRANQUICIATS

## MANGO AL MÓN PER ÀREES GEOGRÀFIQUES

- PUNTS DE VENDA PROPIS  
 ○ PUNTS DE VENDA FRANQUICIATS  
 ● TOTAL PUNTS DE VENDA

### 210 AMÈRICA

○	○	●	
0	2	2	ANTILLES HOLANDESES
0	3	3	ARGENTINA
0	1	1	BERMUDES
0	2	2	BOLÍVIA
0	1	1	CANADÀ
0	46	46	COLÒMBIA
0	3	3	COSTA RICA
0	1	1	CUBA
0	2	2	EL SALVADOR
0	6	6	EQUADOR
1	9	10	ESTATS UNITS
0	4	4	GUATEMALA
3	27	30	MÈXIC
0	2	2	NICARAGUA
0	3	3	PANAMÀ
0	1	1	PARAGUAI
0	37	37	PERÚ
0	2	2	REPÚBLICA DOMINICANA
0	1	1	SURINAM
0	5	5	VENEÇUELA
0	48	48	XILE

### 1.499

#### EUROPA

○	○	●	
0	2	2	ALBÀNIA
87	54	141	ALEMANYA
3	5	8	ANDORRA
0	3	3	ARMÈNIA
14	5	19	ÀUSTRIA
0	4	4	AZERBAIDJAN
12	29	41	BÈLGICA
0	5	5	BIELORÚSSIA
0	2	2	BÒSNIA I HERZ.
2	0	2	BULGÀRIA
12	1	13	CROÀCIA
2	0	2	DINAMARCA
4	5	9	ESLOVÀQUIA
0	2	2	ESLOVÈNIA
258	121	379	ESPANYA
0	3	3	ESTÒNIA
6	0	6	FINLÀNDIA
142	69	211	FRANÇA
0	2	2	GEÒRGIA
0	1	1	GIBRALTAR (RU)
6	5	11	GRÈCIA
23	16	39	HOLANDA
9	0	9	HONGRIA
8	0	8	IRLANDA
58	18	76	ITÀLIA
0	2	2	KOSOVO
0	4	4	LETÒNIA
0	6	6	LITUÀNIA
1	0	1	LUXEMBURG
0	2	2	MACEDÒNIA
0	2	2	MALTA
0	1	1	MOLDÀVIA
0	1	1	MONTENEGRO
7	1	8	NORUEGA
27	0	27	POLÒNIA
32	24	56	PORTUGAL
49	1	50	REGNE UNIT
10	0	10	REP. TXECA
12	0	12	ROMANIA
84	63	147	RÚSSIA
0	4	4	SÈRBIA
6	0	6	SUÈCIA
12	13	25	SUÏSSA
116	0	116	TURQUIA
4	10	14	UCRAÏNA
0	6	6	XIPRE
0	1	1	XIPRE NORD

### 435

#### ÀSIA

○	○	●	
0	63	63	ARÀBIA SAUDITA
0	3	3	BAHREIN
0	2	2	BIRMÀNIA
0	3	3	CAMBODJA
7	0	7	COREA DEL SUD
0	19	19	EMIRATS ÀRABS
0	32	32	FILIPINES
6	0	6	HONG KONG (XINA)
0	8	8	ÍNDIA
0	18	18	INDONÈSIA
0	9	9	IRAN
0	2	2	IRAQ
0	39	39	ISRAEL
1	0	1	JAPÓ
0	4	4	JORDÀNIA
0	18	18	KAZAKHSTAN
0	2	2	KIRGUIZISTAN
0	7	7	KUWAIT
0	7	7	LÍBAN
0	3	3	LÍBIA
0	33	33	MALÀISIA
0	2	2	MONGÒLIA
0	2	2	OMAN
0	4	4	PAKISTAN
0	7	7	QATAR
24	31	55	REP. POPULAR XINA
1	13	14	SINGAPUR
0	2	2	SÍRIA
0	2	2	SRI LANKA
0	23	23	TAILÀNDIA
0	24	24	TAIWAN
0	14	14	VIETNAM

### 73 ÀFRICA

○	○	●	
0	4	4	ALGÈRIA
0	1	1	CAMERUN
0	2	2	COSTA DE MARFIL
0	7	7	EGIPTE
0	1	1	GHANA
0	1	1	GUINEA EQUATORIAL
0	5	5	MARROC
0	3	3	NAMÍBIA
0	4	4	NIGÈRIA
0	4	4	REP. DE MAURICI
0	1	1	SENEGAL
0	36	36	SUD-ÀFRICA
0	4	4	TUNÍSIA



# INFORMACIÓ DE FILIALS A L'ESTRANGER

L'estructura societària (filials a l'estranger) a 31 de desembre del 2016 que suporta la xarxa comercial i logística del grup MANGO es descriu a continuació:

## ACORDS AMB EMPRESSES ESTRANGERES

La nostra política busca mantenir la independència de decisió, per la qual cosa no tenim socis locals en cap país on operem.

SOCIETAT DEPENDENT	DATA DE CONSTITUCIÓ	ACTIVITAT	PAÍS	%
MANGO FRANCE S.A.R.L.	15/11/1995	Comerç moda	França	99,99
MANGO DEUTSCHLAND GMBH	13/09/1996	Comerç moda	Alemanya	100
MNG MANGO UK LTD.	22/04/1997	Comerç moda	Regne Unit	100
MANGO TR. TEKSTILTIC LT. STI.	21/07/1997	Comerç moda	Turquia	99,91
MANGO NEDERLAND B. V.	13/11/1997	Comerç moda	Holanda	100
MANGO MERITXELL S.L.	19/06/1998	Comerç moda	Andorra	100
MNG MANGO BELGIQUE SPRL	29/01/1999	Comerç moda	Bèlgica	99,99
MANGO SUISSE S.A.	10/06/1999	Comerç moda	Suïssa	100
MANGO ÖSTERREICH HANDELS GMBH	31/08/1999	Comerç moda	Àustria	100
MANGO HUNGARY KTF	11/10/1999	Comerç moda	Hongria	100
MANGO POLSKA SP. Z.O.O.	08/11/1999	Comerç moda	Polònia	100
MANGO (CZ) S.R.O.	29/12/1999	Comerç moda	Rep. Txeca	99,91
MANGO DANMARK APS	28/02/2000	Comerç moda	Dinamarca	100
MANGO NORGE, AS	11/05/2000	Comerç moda	Noruega	100
MANGO HONG KONG LIMITED	29/10/2003	Comerç moda	Hong Kong (Xina)	99
MANGO SVERIGE AB	02/07/2004	Comerç moda	Suècia	100
DISTEX INC.	03/03/2005	Comerç moda	Estats Units	100
MANGO NY INC.	09/03/2005	Comerç moda	Estats Units	100
MANGO ITALIA S.R.L.	26/09/2005	Comerç moda	Itàlia	100
MANGO GARMENTS AND AND ACCESSORIES TRADING LTD.	29/06/2006	Comerç moda	Xina	100

## DADES ECONÒMIQUES

SOCIETAT DEPENDENT	DATA DE CONSTITUCIÓ	ACTIVITAT	PAÍS	%
MNG JAPAN LTD.	27/07/2006	Comerç moda	Japó	100
MNG MANGO CANADA CORPORATION	11/09/2006	Comerç moda	Canadà	100
MANGONOR COMERCIO DE VESTUARIO S.A.	20/12/2007	Comerç moda	Portugal	100
MANGO SLOVENSKO S.R.O.	26/02/2007	Comerç moda	Eslovàquia	99,91
MANGO GARMENTS HELLAS, S.A.	28/02/2007	Comerç moda	Grècia	100
MANGO RUSSIA	15/03/2007	Comerç moda	Rússia	100
S.A.S. MANGO HAUSSMAN	23/03/2007	Comerç moda	França	100
MANGO SUOMY OY	25/04/2007	Comerç moda	Finlàndia	100
MNG MANGO IRELAND, LTD.	26/11/2007	Comerç moda	Irlanda	100
MANGO GARMENTS RUMANIA S.R.L.	17/07/2008	Comerç moda	Romania	100
MANGO GARMENTS AND ACCESSORY (CHINA) LTD.	12/01/2011	Comerç moda	Xina	100
MANGO KOREA LTD.	03/04/2012	Comerç moda	Corea del Sud	100
MANGO MODA D.O.O.	24/01/2013	Comerç moda	Croàcia	100
MANGO SRB D.O.O. BEOGRAD	30/04/2013	Comerç moda	Sèrbia	100
MANGO LUXEMBOURG S.A.R.L.	13/05/2013	Comerç moda	Luxemburg	100
MANGO UKRAINE TOV	06/08/2013	Comerç moda	Ucraïna	100
MANGO OPERACIONES MEXICO S DE RL DE CV	06/02/2014	Comerç moda	Mèxic	99,99
VLT MODA TEKSTIL IC VE DIS TIC	10/02/2014	Comerç moda	Turquia	100
MANGO BULGARIA EOOD	19/02/2014	Comerç moda	Bulgària	100
MEXDIC SERVICIOS DE GESTIÓN DE RL DE CV	26/02/2014	Comerç moda	Mèxic	99,99
MANGO CANNES S.A.S.	05/02/2015	Comerç moda	França	100





## SOBRE LA MEMÒRIA

## PERÍODE COBERT

Any 2016 (de l'1 de gener al 31 de desembre).

## ABAST

La informació correspon al grup consolidat MANGO, format per MANGO MNG HOLDING, S.A.U. i societats dependents.

## VERIFICACIÓ EXTERNA

TÜV Rheinland Group ha estat l'empresa externa seleccionada per fer l'auditoria i la revisió de la informació que conté la memòria, d'acord amb la *Guia G4* de GRI. L'*Informe de verificació* es pot consultar a la pàgina següent d'aquest document.

## ESTÀNDARDS DE REFERÈNCIA

La memòria, elaborada per l'equip d'RSC de MANGO amb la col·laboració d'un gran nombre de professionals de diverses àrees de la companyia, segueix les directrius de la *Guia per a l'elaboració de memòries de sostenibilitat versió G4* de Global Reporting Initiative (GRI), segons l'opció *De conformitat - Essencial*, i inclou, a més, aspectes del suplement *Apparel and Footwear* (RG Version 3.0/AFSS Version Pilot). Així mateix, dóna resposta als principis del Pacte Mundial de les Nacions Unides i indica els Objectius de Desenvolupament Sostenible als quals contribuïm amb les accions descrites.

Per donar més consistència i credibilitat, el contingut de la memòria l'ha revisat de manera satisfactòria l'equip d'analistes de la Xarxa Espanyola del Pacte Mundial. La memòria compleix els requisits exigits a la Política de *Communication on Progress* (COP) de Global Compact i els criteris per obtenir el nivell avançat, màxima qualificació, a *reporting* que atorga el Pacte Mundial.

Com a novetat, hem agafat el pla estratègic d'RSC *Take Action*, com a fil argumental al llarg dels diferents capítols que engloben totes les nostres polítiques i accions sostenibles en tots els aspectes: pel que fa a la nostra cadena de subministrament, sobre la nostra preocupació pel medi ambient, amb els empleats i amb relació a la societat i altres grups d'interès. D'aquesta manera, hem volgut reflectir com l'RSC a MANGO es dibuixa de manera transversal al llarg de tota l'empresa.

Per determinar quins temes són rellevants per a MANGO, s'ha dut a terme un procés de diverses fases. Tots els aspectes/assumptes materials per a l'acompliment sostenible de la nostra organització estan reflectits en aquesta memòria, així com els indicadors establerts a la guia esmentada i d'altres que s'han desenvolupat en funció de les característiques de la companyia i les expectatives dels nostres grups d'interès.

Qualsevol suggeriment, aportació o comentari per part dels usuaris o els grups d'interès de MANGO sobre el contingut de la memòria o sobre aspectes relacionats amb la nostra responsabilitat social corporativa, es poden fer per mitjà de: [lg\\_rsc@mango.com](mailto:lg_rsc@mango.com), o directament a la nostra seu central:

MANGO MNG HOLDING, S.A.U.  
c/ Mercaders, 9-11, Polígon  
Industrial Riera de Caldes  
E- 08184 Palau-solità i  
Plegamans, Barcelona,  
Espanya



## VERIFICACIÓ DE LA MEMÒRIA



# ÍNDEX DE CONTINGUTS GRI G4

## CONTINGUTS BÀSICS GENERALS

ESTRATÈGIA I ANÀLISI	PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	VERIFICACIÓ EXTERNA
G4-1	Declaració del responsable principal de les decisions de l'organització sobre la rellevància de la sostenibilitat per a l'organització i l'estratègia de l'organització amb la intenció d'abordar aquesta qüestió.	3-4

## PERFIL DE L'ORGANITZACIÓ

G4-3	Nom de l'organització.	7	✓
G4-4	Marques, productes i serveis més importants de l'organització.	7	✓
G4-5	Lloc on es troba la seu de l'organització.	77	✓
G4-6	Països on opera l'organització i nom dels països on l'organització porta a terme operacions significatives.	70, 73	✓
G4-7	Naturalesa del règim de propietat i la seva forma jurídica.	7	✓
G4-8	Indiqueu a quins mercats se serveix (amb desglossament geogràfic, per sectors i tipus de clients i destinataris).	70, 73	✓
G4-9	Mida de l'organització.	5, 69	✓

		PLANTILLA MITJANA EQUIVALENT	2014	2015	2016	✓
G4-10	Mida de la plantilla.	HOMES	2.150	2.892	2.820	
		DONES	7.750	9.905	9.592	
		<b>TOTAL</b>	<b>9.900</b>	<b>12.797</b>	<b>12.412</b>	



G4-10

Mida de la plantilla.

PLANTILLA A 31 DE DESEMBRE	2014	2015	2016
<b>PERSONAL D'ESTRUCTURA</b>	<b>3.036</b>	<b>2.727</b>	<b>2.465</b>
<b>% PERSONAL D'ESTRUCTURA</b>	<b>19%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>
HOMES	1.148	1.128	919
DONES	1.888	1.599	1.546
% HOMES	38%	41%	37%
% DONES	62%	59%	63%
<b>PERSONAL DE PUNTS DE VENDA</b>	<b>12.757</b>	<b>13.896</b>	<b>13.265</b>
<b>% PERSONAL DE PUNTS DE VENDA</b>	<b>81%</b>	<b>84%</b>	<b>84%</b>
HOMES	2.078	2.352	2.268
DONES	10.679	11.544	10.997
% HOMES	16%	17%	17%
% DONES	84%	83%	83%
<b>TOTAL</b>	<b>15.793</b>	<b>16.623</b>	<b>15.730</b>
HOMES	3.226	3.480	3.187
DONES	12.567	13.143	12.543
% HOMES	20%	21%	20%
% DONES	80%	79%	80%



G4-10

Mida de la plantilla.

EMPLEATS PER TIPUS DE CONTRACTE I GÈNERE	2014	2015	2016
<b>EVENTUAL</b>	<b>4.903</b>	<b>5.127</b>	<b>4.760</b>
<b>% EVENTUAL</b>	<b>31%</b>	<b>31%</b>	<b>30%</b>
HOMES	986	1.041	871
DONES	3.917	4.086	3.889
<b>FIX</b>	<b>10.890</b>	<b>11.496</b>	<b>10.970</b>
<b>% FIX</b>	<b>69%</b>	<b>69%</b>	<b>70%</b>
HOMES	2.240	2.439	2.316
DONES	8.650	9.057	8.654
<b>TOTAL</b>	<b>15.793</b>	<b>16.623</b>	<b>15.730</b>

EMPLEATS PER TIPUS DE JORNADA I GÈNERE	2014	2015	2016
<b>COMPLETA</b>	<b>10.305</b>	<b>10.366</b>	<b>9.170</b>
<b>% COMPLETA</b>	<b>65%</b>	<b>62%</b>	<b>58%</b>
% COMPLETA ESPANYA	64%	59%	55%
% COMPLETA ESTRANGER	66%	64%	60%
HOMES	2.485	2.614	2.251
DONES	7.820	7.752	6.919
<b>PARCIAL</b>	<b>5.488</b>	<b>6.257</b>	<b>6.560</b>
<b>% PARCIAL</b>	<b>35%</b>	<b>38%</b>	<b>42%</b>
% PARCIAL ESPANYA	36%	41%	45%
% PARCIAL ESTRANGER	34%	38%	40%
HOMES	741	866	936
DONES	4.747	5.391	5.624
<b>TOTAL</b>	<b>15.793</b>	<b>16.623</b>	<b>15.730</b>





G4-10

Mida de la plantilla.

EMPLEATS PER TIPUS DE CONTRACTE A ESPANYA	2014	2015	2016
<b>PERSONAL D'ESTRUCTURA ESPANYA</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
EVENTUAL	16%	14%	7%
FIX	84%	86%	93%
<b>PERSONAL DE BOTIGUES ESPANYA</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
EVENTUAL	34%	34%	35%
FIX	66%	66%	65%
EMPLEATS PER PAÍS I GÈNERE	2014	2015	2016
<b>ESPANYA</b>	<b>5.316</b>	<b>5.617</b>	<b>5.471</b>
<b>% ESPANYA</b>	<b>34%</b>	<b>34%</b>	<b>35%</b>
HOMES	1.386	1.431	1.295
DONES	3.930	4.186	4.176
<b>TURQUIA</b>	<b>1.969</b>	<b>1.856</b>	<b>1.680</b>
HOMES	617	612	573
DONES	1.352	1.244	1.107
<b>XINA</b>	<b>301</b>	<b>284</b>	<b>240</b>
HOMES	64	48	43
DONES	237	236	197
<b>ESTATS UNITS</b>	<b>105</b>	<b>83</b>	<b>45</b>
HOMES	32	29	17
DONES	73	54	28
<b>RESTA DE PAÏSOS</b>	<b>8.102</b>	<b>8.783</b>	<b>8.294</b>
HOMES	1.127	1.360	1.259
DONES	6.975	7.423	7.035
<b>TOTAL</b>	<b>15.793</b>	<b>16.623</b>	<b>15.730</b>

## SOBRE LA MEMÒRIA

PERFIL DE L'ORGANITZACIÓ		PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	VERIFICACIÓ EXTERNA
G4-11	Percentatge d'empleats coberts per convenis col·lectius.	33	✓
G4-12	Cadena de subministrament de l'organització.	41-51	✓
G4-13	Canvis significatius durant el període objecte d'anàlisi en la mida, l'estructura, la propietat accionarial o la cadena de subministrament de l'organització.	No hi ha hagut canvis significatius en la mida, l'estructura o la propietat accionarial o la cadena de subministrament de l'organització que hagin suposat un gir del model estratègic de la companyia.	✓
G4-14	Principi de precaució.	59	✓
G4-15	Llista de les cartes, els principis o altres iniciatives externes de caràcter econòmic, ambiental i social que l'organització subscriu o ha adoptat.	8, 16, 17, 51, 59	✓
G4-16	Llista de les associacions (per exemple, les associacions industrials) i les organitzacions de promoció nacional o internacional a les quals pertany l'organització.	17	✓

## ASPECTES MATERIALS I COBERTURA

G4-17	Abast de l'informe.	77	✓
G4-18	Procés per determinar el contingut de la memòria i el límit de cada aspecte.	18	✓
G4-19	Llista dels aspectes rellevants que es van identificar durant el procés de definició del contingut de la memòria.	19	✓



ASPECTES MATERIALS I COBERTURA		PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	VERIFICACIÓ EXTERNA
		ASPECTES MATERIALS	LÍMIT I COBERTURA
G4-20	Límit dins de l'organització de cada aspecte rellevant.	<b>ECONOMIA</b>	
		ACOMPLIMENT ECONÒMIC	Dins i fora de l'organització
		<b>MEDI AMBIENT</b>	
		EMISSIONS	Dins de l'organització
		EFLUENTS I RESIDUS	Dins i fora de l'organització
		COMPLIMENT REGULADOR	Dins de l'organització
		<b>SOCIAL - PRÀCTIQUES LABORALS</b>	
		OCUPACIÓ	Dins de l'organització
		SALUT I SEGURETAT A LA FEINA	Dins de l'organització
		CAPACITACIÓ I EDUCACIÓ	Dins de l'organització
		DIVERSITAT I IGUALTAT D'OPORTUNITATS	Dins de l'organització
		IGUALTAT DE RETRIBUCIÓ ENTRE HOMES I DONES	Dins de l'organització
		<b>SOCIAL - DRETS HUMANS</b>	
		NO DISCRIMINACIÓ	Fora de l'organització
		TREBALL INFANTIL	Fora de l'organització
		TREBALL FORÇÓS	Fora de l'organització
		AVALUACIÓ	Fora de l'organització
		SALARIS I HORARIS (SUPLEMENT SECTORIAL)	Fora de l'organització
		AVALUACIÓ DELS PROVEÏDORS EN MATÈRIA DE DRETS HUMANS	Dins i fora de l'organització
		<b>SOCIAL - SOCIETAT</b>	
G4-21	Cobertura fora de l'organització de cada aspecte rellevant.	COMUNITATS LOCALS	Fora de l'organització
		LLUITA CONTRA LA CORRUPCIÓ	Dins i fora de l'organització
		PRÀCTIQUES DE COMPETÈNCIA DESLLEIAL	Fora de l'organització
		COMPLIMENT NORMATIU	Inclòs a la resta
		CODI DE CONDUCTA (SUPLEMENT SECTORIAL)	Dins i fora de l'organització
		PROCÉS D'AUDITORIA (SUPLEMENT SECTORIAL)	Dins i fora de l'organització
		DETECCIÓ D'INCOMPLIMENTS (SUPLEMENT SECTORIAL)	Dins i fora de l'organització
		PLANS D'ACCIÓ CORRECTORS (SUPLEMENT SECTORIAL)	Dins i fora de l'organització
		<b>SOCIAL - RESPONSABILITAT DE PRODUCTE</b>	
		SALUT I SEGURETAT DELS CLIENTS	Dins i fora de l'organització
		ETIQUETATGE DE PRODUCTES I SERVEIS	Dins i fora de l'organització
		PRIVADESA DELS CLIENTS	Dins i fora de l'organització
		COMPLIMENT NORMATIU	Dins de l'organització

## SOBRE LA MEMÒRIA

ASPECTES MATERIALS I COBERTURA		PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	VERIFICACIÓ EXTERNA
G4-22	Conseqüències de les reformulacions de la informació facilitada en memòries anteriors i les seves causes.	No existeix preexpressió de la informació pel que fa a memòries anteriors.	✓
G4-23	Canvi significatiu en l'abast i el límit de cada aspecte pel que fa a memòries anteriors.	No existeixen canvis significatius en la cobertura de cada aspecte. S'han seleccionat els indicadors que els expliquen més bé.	✓

## PARTICIPACIÓ DELS GRUPS D'INTERÈS

G4-24	Llista dels grups d'interès vinculats a l'organització.	14	✓
G4-25	Base per a l'elecció dels grups d'interès.	14	✓
G4-26	Enfocament de l'organització sobre la participació dels grups d'interès.	Majoritàriament, la relació amb els grups d'interès es basa a mantenir contactes periòdics al llarg de l'any que permeten un diàleg obert i transparent sobre el seguiment dels temes i els projectes conjunts.	✓
G4-27	Qüestions i aspectes clau sorgits arran de la participació dels grups d'interès.	14	✓

## PERFIL DE LA MEMÒRIA

G4-28	Període objecte de l'informe (per exemple, any fiscal o any calendari).	77	✓
G4-29	Data de l'última memòria (si escau).	La data de la memòria anterior més recent és el juny del 2016, corresponent a l'exercici 2015.	✓
G4-30	Cicle de presentació de memòries (anual, biennal, etc.).	El cicle de presentació de memòries és de caràcter anual.	✓
G4-31	Punt de contacte per solucionar els dubtes que puguin sorgir amb relació a el contingut de la memòria.	77	✓
G4-32	Opció 'De conformitat' amb la Guia.	77	✓
G4-33	Política i pràctiques vigents de l'organització pel que fa a la verificació externa de la memòria.	77	✓

## GOVERN

G4-34	Estructura de govern de l'organització.	10	✓
-------	---	----	---

## ÈTICA I INTEGRITAT

G4-56	Valors, principis, estàndards i normes de l'organització, com ara codis de conducta o codis ètics.	9, 12, 16, 45-46	✓
-------	--	------------------	---



CONTINGUTS BÀSICS ESPECÍFICS

CATEGORIA: ECONOMIA							OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA
ASPECTE: ACOMPLIMENT ECONÒMIC			PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA					
G4-DMA	Informació general sobre l'enfocament de gestió.	69						✓
G4-EC1	Valor econòmic directe generat i distribuït.	69						✓
CATEGORIA: MEDI AMBIENT								
ASPECTE MATERIAL: EMISSIONS								
G4-DMA	Informació general sobre l'enfocament de gestió.	60-62						✓
G4-EN15	Emissions directes de gasos amb efecte d'hivernacle (abast 1).	61					Emissions de CO <sub>2</sub> biogènic en tones mètriques de CO <sub>2</sub> equivalent: N/A.	✓
		EMISSIONS DE GASOS AMB EFECTE D'HIVERNACLE (TN CO <sub>2</sub> EQ.)	2014	2015	2016			
G4-EN16	Emissions indirectes de gasos amb efecte d'hivernacle en generar energia (abast 2).	ABAST 1			124.808	197.932		✓
		ABAST 2			126.028	152.005		
G4-EN17	Altres emissions indirectes de gasos amb efecte d'hivernacle (abast 3).	ABAST 3			10.716	12.086	Emissions de CO <sub>2</sub> biogènic en tones mètriques de CO <sub>2</sub> equivalent: N/A.	✓
		TOTAL	286.431	261.552	362.023			

ASPECTE MATERIAL: EFLUENTS I RESIDUS		PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA				OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	53-54, 56					✓
G4-EN23	Pes total de residus gestionats segons el tipus i el mètode de tractament.	53-54					
		TIPOLOGIA	2014	2015	2016	VIA DE GESTIÓ	
		CARTRÓ I PAPER	2.736 TN	2.872 TN	3.041 TN	Reciclatge (V11)	
		BANAL	500 TN	425 TN	462 TN	Gestió per un centre de recollida (T62)	
		FUSTA	152 TN	577 TN	190 TN	Reciclatge i reutilització (V15)	
		MESCLES VALORITZABLES	93 TN	131 TN	144 TN	Recuperació (V99)	
		ALTRES	8 TN	22 TN	88 TN	Reciclatge i recuperació (V14, V41, V44)	

ASPECTE: ACOMPLIMENT REGULADOR

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	53		✓
G4-EN29	Valor monetari de les multes significatives i nombre de sancions no monetàries per incompliment de la legislació i la normativa ambiental.	A la data d'aquest informe, MANGO no ha estat multat ni sancionat per incompliment de la legislació i la normativa ambiental.		✓

CATEGORIA: ACOMPLIMENT SOCIAL  
SUBCATEGORIA: PRÀCTIQUES LABORALS I FEINA DIGNA  
ASPECTE: OCUPACIÓ

ASPECTE: OCUPACIÓ		PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	33, 35-36		✓
G4-LA3	Nivells de reincorporació a la feina i de retenció després de la baixa per maternitat o paternitat, desglossats per sexe.	34 El 100% dels empleats van exercir el dret a baixa el 2016, 217 en total; 173 dones i 44 homes, el 100% es van reincorporar a la feina després que se'ls acabés la baixa. Passats 12 mesos des de la seva reincorporació, 120 dones i 39 homes van romandre als seus llocs de treball. Això suposa un índex de retenció del 69,4% en les dones i del 88,6% en els homes.		✓
AF22	Política i pràctiques sobre l'ocupació de treballadors temporals i a temps parcial.	33		✓
AF24	Política relativa a l'ús i la selecció d'agents d'ocupació.	45-46		✓

ASPECTE: SEGURETAT I SALUT OCUPACIONAL	PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA
	37		
	Activitats principals que s'han dut a terme per a la prevenció de riscos laborals:		
	<div><div></div><div>Avaluacions de riscos. S'identifiquen i s'avaluen els riscos associats als llocs de treball com a part del cicle de millora contínua en la gestió, avançant en tots els aspectes de salut i seguretat dels treballadors. Aquestes avaluacions es duen a terme tant a les oficines i els magatzems de la central com a les botigues. De la mateixa manera, s'elaboren plans d'acció amb mesures preventives i/o correctores, es gestionen inspeccions de treball, plans d'emergència i altres procediments.</div></div>		
	<div><div></div><div>Un altre objectiu que tenim és assegurar que els serveis duts a terme per empreses o personal extern, contractat o subcontractat, s'executen sota les mesures de seguretat establertes per la legislació i/o per nostra normativa interna.</div></div>		
	<div><div></div><div>Periòdicament, es fan visites de seguretat als centres de treball per controlar i garantir unes òptimes condicions de treball i afavorir comportaments segurs.</div></div>		
	<div><div></div><div>Comunicats de riscos. Per implicar els empleats en la millora contínua, hi ha un procediment perquè puguin comunicar qualsevol situació que comporti un risc o bé qualsevol proposta que millori les condicions de treball. Posem a la seva disposició un document intern per comunicar al Departament de Prevenció de Riscos qualsevol incidència en aquest sentit, i així aplicar mesures per eliminar-la o minimitzar-la.</div></div>		
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.		✓
	<div><div></div><div>Vigilància de la salut. Les activitats de la vigilància de la salut les fa el Servei Mèdic de l'empresa, integrat al Departament de Prevenció de Riscos Laborals. A les botigues es fa per mitjà d'una xarxa de centres assistencials. A més de l'atenció mèdica necessària, reconeixements periòdics, campanyes de vacunes, etc., es fan activitats personalitzades per a la promoció de la salut, com ara seguiment de processos crònics o assessorament en hàbits saludables. Així mateix, fem cursos de formació de primers auxilis al nostre personal.</div></div>		

ACCIDENTABILITAT		2015	2016
NOMBRE D'ACCIDENTS AMB RELACIÓ A EL NOMBRE D'EMPLEATS	Personal d'estructura	0,007	0,010
	Personal de punts de venda	0,015	0,016
DURADA MITJANA DE LES BAIXES (DIES)	Personal d'estructura	13,55	16,67
	Personal de punts de venda	13,85	27,02



ASPECTE: SEGURETAT I SALUT OCUPACIONAL		PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA			
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	ABSENTISME (PERSONAL D'ESPANYA)	2014	2015	2016	✓	
		PERSONAL D'ESTRUCTURA	3,69%	4,24%	4,01%		
		BAIXES PER MALALTIA	1,62%	1,93%	1,87%		
		BAIXES PER ACCIDENT LABORAL	0,07%	0,08%	0,04%		
		BAIXES PER MATERNITAT/PATERNITAT	1,23%	1,56%	1,44%		
		PERMISOS DE MATRIMONI	0,07%	0,08%	0,09%		
		ALTRES MOTIUS	0,70%	0,59%	0,57%		
		PERSONAL DE PUNTS DE VENDA	4,71%	4,11%	4,58%		
		BAIXES PER MALALTIA	1,70%	1,43%	1,91%		
		BAIXES PER ACCIDENT LABORAL	0,14%	0,17%	0,23%		
		BAIXES PER MATERNITAT/PATERNITAT	2,60%	2,19%	2,11%		
		PERMISOS DE MATRIMONI	0,07%	0,09%	0,08%		
		ALTRES MOTIUS	0,20%	0,23%	0,24%		
		ABSENTISME (PERSONAL EN PUNTS DE VENDA PROPIS A L'ESTRANGER)		4,95%	5,6%		
		G4-LA7		Treballadors amb una professió que té una incidència o un risc elevats de malaltia.	Cap dels empleats de la companyia fa una activitat que suposi risc de malaltia greu.		✓
		AF31	Iniciatives i programes per respondre, reduir i prevenir disfuncions musculars i de l'esquelet.	37	✓		

ASPECTE: CAPACITACIÓ I EDUCACIÓ		PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA			OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA	
		38-39					
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.		HORES DE FORMACIÓ		PARTICIPANTS		
		CATEGORIA PROFESSIONAL	2014	2015	2015	2016	
		CAP DE DEPARTAMENT	8.949	7.255	377	354	
		ADMINISTRATIUS/ADMINISTRATIVES	14.915	12.089	628	588	
		TÈCNIC/A	20.880	19.343	880	942	✓
		OPERARIS/OPERÀRIES I PROFESSIONALS D'OFICI	7.158	5.802	302	283	
		PERSONAL DE MAGATZEM	7.756	3.868	327	188	
		PERSONAL DE PUNT DE VENDA	48.820	29.715	7.083	4.085	
		TOTAL	108.478	78.072	9.597	6.440	
G4-LA10	Programes de gestió d'habilitats i formació contínua que fomenten l'ocupabilitat dels treballadors i els ajuden a gestionar el final de les seves carreres professionals.	38-39				✓	
AF5	Estratègia i abast dels esforços per reforçar la capacitació dels gerents, els treballadors i altres membres del personal per millorar l'acompliment social i mediambiental.	39				✓	

## SOBRE LA MEMÒRIA

ASPECTE: DIVERSITAT I IGUALTAT D'OPORTUNITATS			PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA			OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA	
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	34, 36					✓	
G4-LA12	Composició dels òrgans de govern i desglossament de la plantilla per categoria professional i sexe, edat, pertinença a minories i altres indicadors de diversitat.	EMPLEATS SEGONS GRUP D'EDAT	2014	2015	2016			
		ESPANYA						
		16-25 ANYS	19,3%	20,8%	16,9%			
		26-35 ANYS	48,3%	47,2%	50,1%			
		36-45 ANYS	26,5%	25,7%	26,5%			
		46-55 ANYS	4,8%	5,3%	5,4%			
		> 56 ANYS	1,1%	1,1%	1,2%			
		ESTRANGER						
		16-25 ANYS	46,9%	45,6%	38,7%			
		26-35 ANYS	43,2%	43,7%	49,6%			
		36-45 ANYS	8,7%	9,4%	10,2%			
		46-55 ANYS	1,0%	1,1%	1,4%			
		> 56 ANYS	0,2%	0,2%	0,2%			
		DONES EN CÀRRECS DIRECTIUS I COMANDAMENTS INTERMEDIS	2014	2015	2016			
		ESTRUCTURA	59%	58%	61%			
		PUNTS DE VENDA	90%	88%	88%			
AF32	Accions per fer front a la discriminació per motiu de gènere.	45-46					✓	
ASPECTE: IGUALTAT DE RETRIBUCIÓ ENTRE DONES I HOMES								
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	36					✓	
G4-LA13	Relació entre el salari base dels homes comparat amb el de les dones, desglossat per ubicacions significatives d'activitat.	36					✓	



## SOBRE LA MEMÒRIA

### SUBCATEGORIA: DRETS HUMANS

ASPECTE: NO DISCRIMINACIÓ	PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	34, 36, 45-46	✓
G4-HR3	Nivells de reincorporació a la feina i de retenció després de la baixa per maternitat o paternitat, desglossats per sexe.	No s'han registrat casos de discriminació durant el període cobert per la memòria.	✓

### ASPECTE: TREBALL INFANTIL

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	45	✓
G4-HR5	Identificació de centres i proveïdors amb un risc significatiu de casos d'explotació infantil, i mesures adoptades per contribuir a l'abolició de l'explotació infantil.	50	✓

### ASPECTE: TREBALL FORÇÓS

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	45	✓
G4-HR6	Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	50	✓

### ASPECTO: EVALUACIÓN

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	44-46	✓
G4-HR9	Nombre i percentatge de centres que han estat objecte d'exàmens o avaluacions d'impactes en matèria de drets humans.	48	✓

### ASPECTE: AVALUACIÓ DELS PROVEÏDORS EN MATÈRIA DE DRETS HUMANS

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	45-46, 48-51	✓
G4-HR11	Impactes negatius significatius en matèria de drets humans, reals i potencials, en la cadena de subministrament i mesures adoptades.	51	✓

### ASPECTE: SALARIS I HORARIS

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	45	✓
AF26	Política sobre jornada de treball, incloent-hi la definició d'hores extra i accions per prevenir un excés d'hores.	45	✓

## SOBRE LA MEMÒRIA

### SUBCATEGORIA: SOCIETAT

ASPECTE: LLUITA CONTRA LA CORRUPCIÓ		PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	12, 15		✓
G4-SO4	Polítiques i procediments de comunicació i capacitació sobre la lluita contra la corrupció.	12		✓

### ASPECTE: PRÀCTIQUES DE COMPETÈNCIA DESLLEIAL

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	12, 15		✓
G4-SO7	Nombre de procediments legals per causes relacionades amb pràctiques monopolístiques i contra la lliure competència i els seus resultats.	En el període de referència d'aquesta memòria no hi ha hagut casos contra la lliure competència o pràctiques monopolístiques.		✓

### ASPECTE: COMPLIMENT

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	12		✓
G4-SO8	Valor monetari de les multes significatives i nombre de sancions no monetàries per incompliment de la legislació i la normativa.	No s'han rebut multes o sancions no monetàries per incompliment de la legislació i la normativa aplicable.		✓

### ASPECTE: ACCIÓ SOCIAL I CÀTEDRA RSC

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	27-31		✓
INDICADOR PROPIO	Projectes i activitats.	27-31		✓

### ASPECTE: CODI DE CONDUCTA

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	44-46		✓
AF1	Contingut i cobertura del Codi de Conducta.	44-46		✓
AF7	Nombre i localització dels llocs de treball coberts pel Codi de Conducta.	44		✓

### ASPECTE: PROCÉS D'AUDITORIA

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	48-50		✓
AF8	Nombre d'auditories dutes a terme i percentatge de llocs de treball auditats.	48		✓

## SOBRE LA MEMÒRIA

ASPECTE: DETECCIÓ D'INCOMPLIMENTS		PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	OMISSIONS	VERIFICACIÓ EXTERNA
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	48-50		✓
AF4	Política i procediments per rebre, investigar i contestar queixes i denúncies.	48		✓
AF10	Incidents relatius a l'incompliment de les normes sobre hores extraordinàries.	49-50		✓
AF12	Incidents relatius a l'ús de mà d'obra infantil.	49-50		✓
AF13	Incidents relatius a l'incompliment d'estàndards sobre discriminació de gènere.	49-50		✓
AF14	Incidents relatius a l'incompliment del Codi de Conducta.	49-50		✓
ASPECTE: PLANS D'ACCIÓ CORRECTORS				
G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	49-50		✓
AF16	Pràctiques de solució per abordar els incompliments o les no conformitats detectades.	49-50		✓



## SOBRE LA MEMÒRIA

### SUBCATEGORIA: RESPONSABILITAT SOBRE PRODUCTES

#### ASPECTE: SALUT I SEGURETAT DELS CLIENTS

#### PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA

#### OMISSIONS

#### VERIFICACIÓ EXTERNA

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	64-67	✓
G4-PR1	Percentatge de categories de productes i serveis significatius els impactes dels quals en matèria de salut i seguretat s'han avaluat per promoure millores.	64	✓

#### ASPECTE: ETIQUETATGE DELS PRODUCTES I SERVEIS

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	67	✓
G4-PR4	Nombre d'incompliments de la regulació i dels codis voluntaris relatius a la informació i l'etiquetatge dels productes i serveis.	En el període de referència d'aquesta memòria no hi ha hagut cap reclamació sobre aquest tema.	✓

#### ASPECTE: PRIVADESA DELS CLIENTS

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	Tota la informació respecte a les dades personals utilitzades a la nostra organització està protegida d'acord amb el que especifiquen les diferents lleis i reglaments aplicables.	✓
G4-PR8	Nombre de reclamacions fonamentades sobre la violació de la privadesa i la fuga de dades dels clients.	En el període de referència d'aquesta memòria no s'han rebut reclamacions sobre la violació de la privadesa ni fuga de dades de clients.	✓

#### ASPECTE: COMPLIMENT

G4-DMA	Informació general de l'enfocament de gestió.	64	✓
G4-PR9	Valor monetari de les multes significatives fruit de l'incompliment de la normativa amb relació a el subministrament i l'ús de productes i serveis.	En el període de referència d'aquesta memòria no hi ha hagut casos de sanció per incompliment de la normativa amb relació a el subministrament i l'ús de productes i serveis.	✓

# TAULA DE CONTINGUTS DEL PACTE MUNDIAL

PRINCIPIS DEL PACTE MUNDIAL DE LES NACIONS UNIDES	PÀGINA O RESPOSTA DIRECTA	GUIA GRI (G4)
<b>PRINCIPI 1:</b> Les empreses han de donar suport i respectar la protecció dels drets humans fonamentals, reconeguts internacionalment, dins del seu àmbit d'influència.	27-29, 45-51	Subcategoria Drets Humans: tots els aspectes. Subcategoria Societat: comunitats locals.
<b>PRINCIPI 2:</b> Les empreses s'han d'assegurar que les seves empreses no són còmplices en la vulneració dels drets humans.	45-51	Subcategoria Drets Humans: tots els aspectes.
<b>PRINCIPI 3:</b> Les empreses han de donar suport a la llibertat d'associació i al reconeixement efectiu del dret a la negociació col·lectiva.	35, 45-51	G4-11 Subcategoria Pràctiques laborals i feina digna: relacions entre els treballadors i la direcció. Subcategoria Drets Humans: llibertat d'associació i negociació col·lectiva.
<b>PRINCIPI 4:</b> Les empreses han de donar suport a l'eliminació de tota forma de treball forçós o fet sota coacció.	45-51	Subcategoria Drets Humans: treball forçós.
<b>PRINCIPI 5:</b> Les empreses han de donar suport a l'eradicació del treball infantil.	45-51	Subcategoria Drets Humans: treball infantil.
<b>PRINCIPI 6:</b> Les empreses han de donar suport a l'abolició de les pràctiques de discriminació en l'ocupació.	34-36, 45-51	G4-10 Subcategoria Pràctiques laborals i feina digna: tots els aspectes. Subcategoria Drets Humans: no discriminació.
<b>PRINCIPI 7:</b> Les empreses han de mantenir un enfocament preventiu que afavoreixi el medi ambient.	45, 53-62	Categoria Medi ambient: tots els aspectes.
<b>PRINCIPI 8:</b> Les empreses han de fomentar les iniciatives que promoguin una major responsabilitat ambiental.	45, 53-62	Categoria Medi ambient: tots els aspectes.
<b>PRINCIPI 9:</b> Les empreses han d'afavorir el desenvolupament i la difusió de les tecnologies respectuoses amb el medi ambient.	45, 53-62	Categoria Medi ambient: tots els aspectes.
<b>PRINCIPI 10:</b> Les empreses han de treballar contra la corrupció en totes les seves formes, incloent-hi l'extorsió i el suborn.	12	Subcategoria Societat: lluita contra la corrupció i política pública.

## MEMÒRIA DE SOSTENIBILITAT 2016

Continguts, disseny i maquetació

**MANGO**  
lavola