

2017

MEMORIA SOSTENIBILIDAD

MANGO





ACERCA DE MANGO

6

EL MODELO DE SOSTENIBILIDAD

11

ACERCA DE LA MEMORIA

80

CARTA DEL
PRESIDENTE / 3

DATOS RELEVANTES
2017 / 5

EL GRUPO / 7

EL CONCEPTO
MANGO / 9

GOBIERNO
CORPORATIVO / 10

NUESTRA RELACIÓN CON LA
SOCIEDAD Y LOS CLIENTES / 21

LOS EMPLEADOS / 36

LA CADENA DE
SUMINISTRO / 44

MEDIO AMBIENTE
Y SOSTENIBILIDAD / 56

CALIDAD Y SEGURIDAD DE
NUESTROS ARTÍCULOS / 68

DATOS ECONÓMICOS / 73

VERIFICACIÓN
DE LA MEMORIA / 82

ÍNDICE DE CONTENIDO
GRI G4 / 83

TABLA DE CONTENIDOS
DEL PACTO MUNDIAL / 96

TABLA DE CONTENIDOS DE LOS
OBJETIVOS DE DESARROLLO
SOSTENIBLE / 97

CARTA DEL PRESIDENTE

En las siguientes páginas encontrarán la nueva Memoria de Sostenibilidad 2017, elaborada de acuerdo con la Guía G4 de Global Reporting Initiative (GRI) por nuestro departamento de Responsabilidad Social Corporativa donde encontrarán el resultado del trabajo realizado en nuestra organización durante el pasado año.

Estamos pasando por un tiempo de grandes desafíos y 2017 nos lo ha demostrado claramente. Es obvio que el sector no está pasando por momentos fáciles y aunque poco a poco se va recuperando, nosotros también hemos sufrido las consecuencias. Pero somos optimistas en que 2018 será un año mejor. En los momentos difíciles es cuando la confianza en los equipos, la perseverancia y el esfuerzo de cada uno se convierten en los mejores aliados para seguir creciendo.

Pero también recordaremos 2017 como un año de grandes logros. Me gustaría destacar, en primer lugar, el lanzamiento de nuestra nueva colección sostenible MANGO Committed, que refleja el compromiso de MANGO de seguir trabajando con respeto hacia el medio ambiente y siguiendo criterios de desarrollo sostenible dentro de la moda. Estamos muy contentos de la gran acogida entre nuestros clientes y ya hemos lanzado dos campañas más. Estamos convencidos de que ésta es una de las mejores formas de contribuir a crear un impacto positivo en nuestro entorno.



Somos conscientes de que tenemos una responsabilidad directa sobre el impacto generado por nuestra actividad comercial, muy especialmente en relación con el respeto de los derechos básicos fundamentales de quienes conforman nuestra cadena de suministro así como el impacto de nuestras emisiones y residuos que generamos. Por eso, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al que seguimos dando nuestro apoyo, trabajamos por establecer alianzas que sean duraderas y sobretodo que nos ayuden a lograr nuestros objetivos de una forma más ágil y respetuosa de cara a la agenda global. Esto es lo que perseguimos a través de nuestro proyecto TAKE ACTION, que engloba todas aquellas acciones orientadas hacia la creación de un modelo de negocio en línea con criterios sostenibles y procesos de menor impacto ambiental.

Los resultados de MANGO al cierre del ejercicio 2017 muestran una facturación de 2.194 millones de euros. Al final del año 2017 estábamos presentes en 110 países con 2.190 puntos de venta físicos, 211 de los cuales son megastores. Hemos puesto en marcha tiendas importantes como las de Serrano (Madrid), Restauradores (Lisboa) y Soho (Nueva York) que contribuyen a mejorar la experiencia de compra dentro de un espacio sofisticado, contemporáneo y que cuenta con algunas de las tecnologías más avanzadas. Estamos especialmente satisfechos con la puesta en marcha de nuestro centro logístico de Lliçà d'Amunt, tanto para prenda colgada como doblada, de la buena evolución de nuestra línea de Violeta y del crecimiento de nuestra tienda online que ya supone el 15,5% de nuestra facturación total.

Todo esto no habría sido posible sin el esfuerzo y entusiasmo que cada una de las 15.970 personas que formamos MANGO. Todo está cambiando vertiginosamente, el mundo digital, la tecnología, el comportamiento del consumidor y por eso más que nunca tenemos que estar preparados para poder responder a las expectativas de nuestros grupos de interés como ellos esperan que lo hagamos. Seguiremos esforzándonos para servir a nuestros franquiciados ya que representan uno de los pilares fundamentales de nuestro modelo. Seguiremos cooperando en proyectos sociales de desarrollo con organizaciones no gubernamentales, colaborando con el mundo académico a través de la Cátedra MANGO y con aquellas entidades u organismos que nos aporten valor y a los que MANGO pueda también corresponder en la misma medida.

Por último, quiero agradecer el trabajo y el esfuerzo de todos los que formamos la familia MANGO. Vuestra implicación y compromiso son clave para que nuestros retos y sueños se mantengan vivos y sigan adelante con éxito. Está en nuestras manos lo que MANGO puede llegar a ser.

ISAK ANDIC

Presidente



DATOS RELEVANTES 2017



CLIENTES

83
PAÍSES CON
TIENDA ONLINE

812.723 m²
SUPERFICIE
DE VENTA

+6.600
MODELOS DISEÑADOS
POR TEMPORADA



ECONOMÍA

2.194
MILLONES DE EUROS
DE FACTURACIÓN

77%
VENTA EN MERCADOS
EXTERIORES

15,5%
FACTURACIÓN
EN VENTA ONLINE



PROVEEDORES

+136
MILLONES DE
UNIDADES
FABRICADAS

1.256
FÁBRICAS
UTILIZADAS

607
PROVEEDORES
DE PRENDAS
Y COMPLEMENTOS



EMPLEADOS

80%
MUJERES EN
PLANTILLA

15.970
PERSONAS EN
PLANTILLA

9.015
HORAS DE
FORMACIÓN EN
PREVENCIÓN DE
RIESGOS



MERCADO

2.190
PUNTOS DE VENTA

110
PAÍSES EN LOS
QUE ESTÁ PRESENTE

211
MEGASTORES



MEDIO AMBIENTE

100
TIENDAS EN
ESPAÑA CON
CONTENEDORES DE
RECICLAJE TEXTIL

20.390
T CO₂ EQ.
COMPENSADAS

50%
DE ALGODÓN
SOSTENIBLE,
OBJETIVO 2022

ACERCA *DE MANGO*

EL GRUPO

EL CONCEPTO MANGO

GOBIERNO CORPORATIVO



EL GRUPO

MANGO MNG HOLDING, S.A.U. es la matriz de un grupo de sociedades cuya actividad principal es el diseño, fabricación, distribución y comercialización de prendas de vestir y complementos.

El fundador de la compañía, Isak Andic, quien es actual presidente de la marca, fundó la empresa bajo el nombre de MANGO en el Paseo de la Gracia, Barcelona en 1984. MANGO es una empresa familiar y unipersonal, una de las más importantes multinacionales de España en el sector.

En 2008 lanzamos la colección masculina con la marca MANGO Man, en 2013 MANGO Kids y en 2014 VIOLETA by MANGO con un patrón más amplio y rango de tallas más grandes y, a principios de 2015, la línea de BABY de cero a tres años. Comercializamos nuestros productos a través de MANGO Online y de la red de tiendas, incluida MANGO Outlet.

En 2017, el volumen de negocio ascendió a 2.193.634 miles de euros, de los cuales el 79% corresponde a venta en mercados exteriores. A 31 de diciembre de 2017, MANGO estaba presente en 110 países a través de 2.190 puntos de venta, de los cuales 979 eran propios y 1.211 franquiciados, con una superficie total de venta de 812.723 m². Contamos con 15.970 empleados en todo el mundo.

MANGO es el grupo textil español más internacional y el segundo exportador del sector, creando más de 6.600 modelos por temporada y produciendo más de 136 millones de artículos al año.

Además de la actividad comercial en los puntos de venta, existe una compleja actividad logística de distribución de nuestros artículos y materias, que se complementa con la logística inversa y el eCommerce. Los centros desde los cuales se lleva a cabo esta actividad son mayoritariamente instalaciones ubicadas en localidades próximas a Barcelona: la sede central de MANGO en Palau-solità i Plegamans, el nuevo parque logístico de Lliçà d'Amunt, los centros de distribución en Parets del Vallés y Palau, así como los almacenes en Montcada, Santa Perpètua de Mogoda, Terrasa, Sabadell y otro en A Coruña. Asimismo, contamos también con otros almacenes para cubrir todas las necesidades de distribución en distintas áreas geográficas del extranjero: Shanghai (China), en Estambul (Turquía), en Nueva Jersey (EE.UU.) y en Alemania y Rusia. Por otro lado, existen oficinas de soporte administrativo y para el control de calidad en origen en China y Turquía, y desde septiembre de 2016 también en Corea del Sur.

6.600
MODELOS POR
TEMPORADA

136
MILLONES DE
ARTÍCULOS POR AÑO

MANGO

MNG

MANGO
KIDS

MANGO
MAN

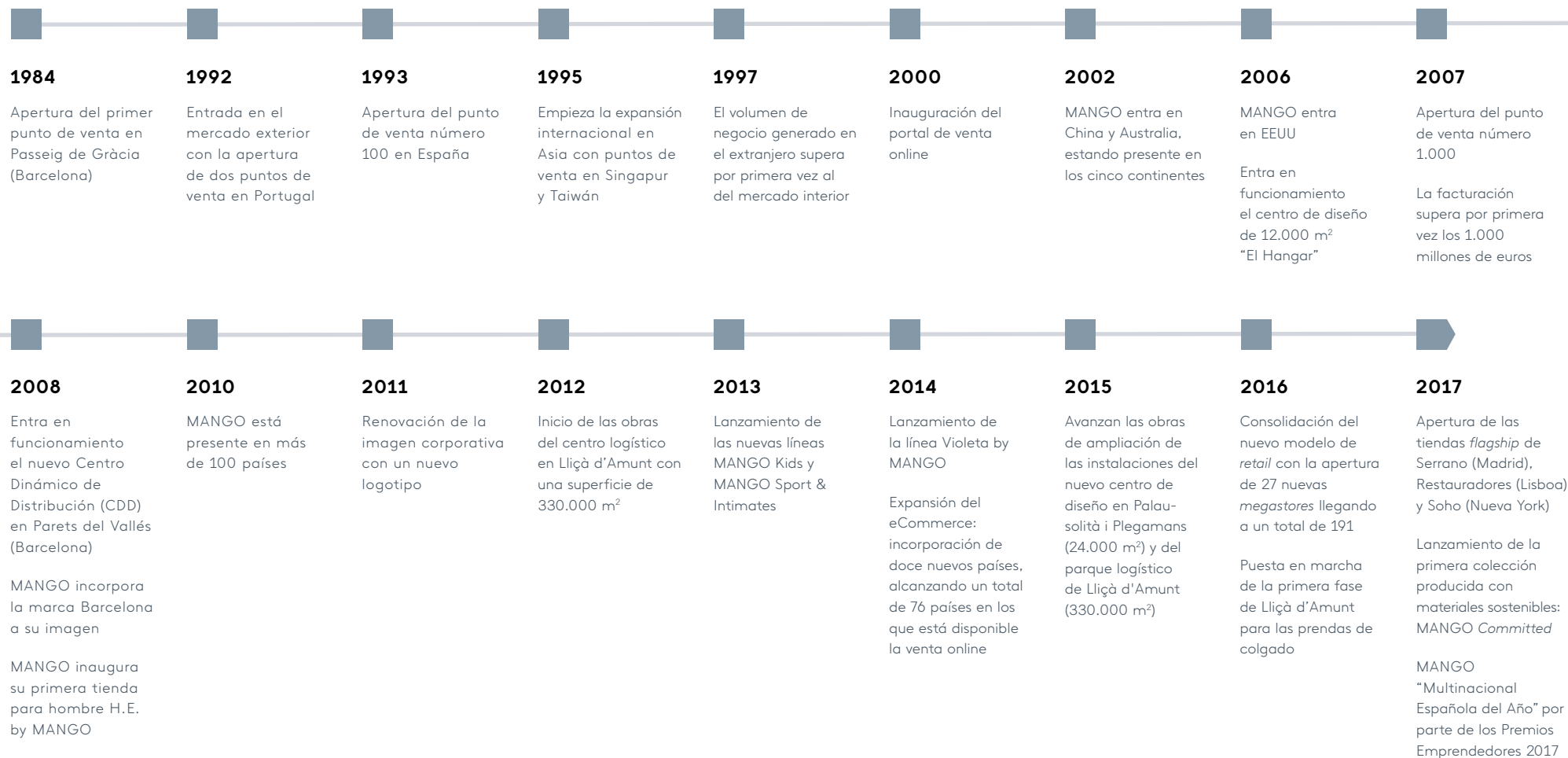
violeta
BY MANGO

MANGO
BABY

MANGO
OUTLET

MANGO.COM

Trayectoria histórica



EL CONCEPTO MANGO

En 2013 definimos la hoja de ruta para los siguientes cinco años, un nuevo plan de negocio diseñado para mejorar tanto la propuesta de valor al cliente como el modelo operativo integral de la empresa. Para lograrlo, los órganos de gobierno de la compañía revisan periódicamente el plan de acción para adaptarlo a las necesidades de MANGO y a la situación de los mercados en los que opera.

Desde sus inicios, MANGO se ha caracterizado por vestir a la mujer moderna y urbana siguiendo las tendencias más actuales con diseños propios, de calidad y a buen precio.

Apostando por el diseño del producto, trabajamos día a día para dar respuesta a las necesidades del consumidor. Optamos por un modelo de moda dinámico que permite que las tiendas tengan producto renovado y con las últimas tendencias.

Seguimos manteniendo el sueño empresarial de “estar presentes en todas las ciudades del mundo”, conscientes de que nos encontramos compitiendo al más alto nivel. Con una actitud positiva, autocrítica constante, mejora continua y sin perder los valores profesionales que se respiran en el ambiente MANGO que son nuestra esencia e identidad.



MANGO VALORES

PERSONALES

HUMILDE
POSITIVO
HONESTO
RESPETUOSO

PROFESIONALES

EFICAZ
HAZLO FÁCIL
EN EQUIPO
PARA EL CLIENTE
ORIENTADO AL
NEGOCIO



GOBIERNO CORPORATIVO

MANGO es una empresa familiar cuyos propietarios dirigen directamente el día a día de la organización, por lo que la comunicación con los diferentes ámbitos de la empresa es completa y permanente.

Tanto los miembros del Consejo como los del Comité ocupan cargos ejecutivos dentro de la estructura de la organización y disponen de gran experiencia en sus diferentes ámbitos. Las retribuciones de los órganos de gobierno tienen una parte fija y otra variable en función de los objetivos alcanzados.

En 2015 se creó un Comité de Dirección, formado por ocho miembros, que tiene como objetivo facilitar la comunicación entre el Consejo de Administración y el Comité Ejecutivo. Este órgano de gobierno se enmarca dentro del objetivo de continuar con la profesionalización de la dirección para adaptarse a las necesidades de crecimiento y reforzar las dos grandes áreas del grupo: producto y *retail*.

En MANGO contamos con un departamento de auditoría interna que realiza una evaluación continua de todos los ámbitos de la organización. Dicho departamento está en dependencia directa de los administradores del grupo.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente
ISAK ANDIC

Líneas de negocio, Outlet, Expansión en Firme, Fábrica, Online y Cliente, Producto Mujer, Acción Social

Vicepresidente Ejecutivo
JONATHAN ANDIC

MANGO Man, Imagen, Comunicación, GCP & Pricing, Desarrollo Hangar, Materiales, Compras de tecnología y servicios, Interiorismo, Mantenimiento y obras, Compras & Sourcing

Vicepresidente Ejecutivo
DANIEL LÓPEZ GARCÍA

Expansión, Retail Tiendas, Coordinación Retail, Gestión Franquicias, International Retail Directors

Director Financiero
TONI RUIZ TUBAU

Relaciones Bancarias, Servicios Corporativos, Control Interno, Control de Gestión y Riesgos, Métodos de Pago y Fraude, Oficina del Data

Director de Operaciones y Estrategia
CARLOS COSTA ROVIRA

Import/Export, Logística, Distribución, Personas, Sistemas de Información y Tecnología, RSC, Estrategia y Gestión de Proyectos

COMITÉ DE DIRECCIÓN

ISAK ANDIC
Presidente**JONATHAN ANDIC**
Vicepresidente Ejecutivo**DANIEL LÓPEZ GARCÍA**
Vicepresidente Ejecutivo**TONI RUIZ TUBAU**
Director Financiero**CARLOS COSTA ROVIRA**
Dirección de Operaciones y Estrategia**JORDI ALEX MORENO**
Dirección de Sistemas de Información y Tecnología**ELENA CARASSO BATLLE**
Dirección de Online y Cliente**LUIS CASACUBERTA BAUSILI**
Dirección MANGO Woman

COMITÉ EJECUTIVO: Comité de Dirección además de las siguientes personas:

IVÁN ABAD IGLESIAS
GCP & Pricing**VIOLETA ANDIC MAYTEK**
Violeta by MANGO**CRISTINA BELIL ROGER**
MANGO Man**MIGUEL DE LA CAPILLA BRUSTENGA**
Servicios Corporativos**GUILLERMO COROMINAS PALOMAR**
Cliente & Relaciones Institucionales**SEZAI EREN**
CEO Turquía**BENITO ESCALADA ROMERO**
Calidad de producto (Woman)**MARÍA JESÚS GARCÍA LECUMBERRI**
Servicios Generales y Apoderada**HUSEYIN GOLCUK SAKARYA**
Country Manager Turquía, Arabia Saudí, Irán, Jordania y Pakistán**ROGER GRAELL SOLE**
e-Commerce**SARA LEVY-LANG**
Country Manager Francia**CECILIO LOZANO ÁLVAREZ**
Logística & Almacén**LUIS MASERES GHILONI**
Complementos**JAIME MUR CAVERO**
Retail Internacional**EVA RELLO YUBERO**
Fábrica**JOAN DAVID RIVERA BOSCH**
Imagen/Marca**ENCARNACIÓN JUSTICIA RUANO**
Producto/Colección Mujer**DAVID SANCHO GRAU**
CEO China**ENRIC SOLER MORATA**
Personas**MATTEO SGARBOSSA**
Retail Internacional**LORENA SUÁREZ SÁNCHEZ**
MANGO Kids

EL MODELO DE SOSTENIBILIDAD

NUESTRA RELACIÓN CON LA SOCIEDAD
Y LOS CLIENTES

LOS EMPLEADOS

LA CADENA DE SUMINISTRO

MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD

CALIDAD Y SEGURIDAD EN
NUESTROS PRODUCTOS

DATOS ECONÓMICOS



Año tras año avanzamos en la construcción de una estructura y una visión sólida de la responsabilidad social corporativa (RSC), entendiendo esta responsabilidad como una parte intrínseca de la organización, que nos lleva a un compromiso sólido con el desarrollo sostenible.

Esta forma de entender el negocio se extiende a lo largo de nuestra cadena de valor y se materializa en un modelo de gestión responsable basado en la búsqueda del valor compartido con nuestros grupos de interés.

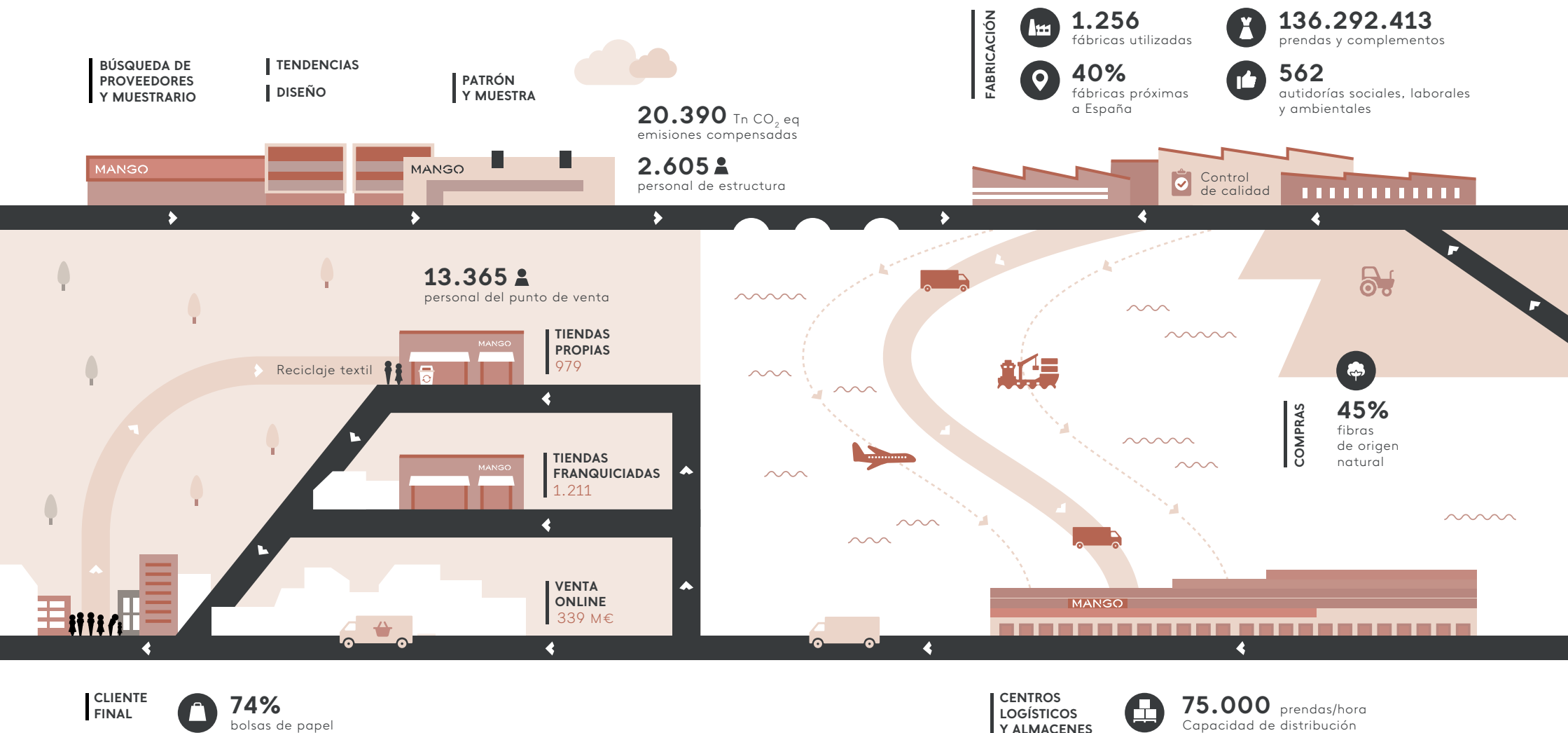
Para asegurar que estamos contemplando aquellos aspectos relevantes para nuestra actividad, trabajamos en la gestión de los impactos, riesgos y oportunidades. Esto nos permite enfocar los temas prioritarios a la vez que trabajamos con una orientación global en la gestión de nuestra estrategia.

Con este objetivo, los distintos órganos de dirección evalúan de forma permanente los riesgos derivados de los diferentes aspectos de sostenibilidad con impacto en la actividad de MANGO tomando todas las medidas necesarias para su seguimiento y control, realizándolo de forma conjunta con los departamentos de Control Interno, Legal y RSC.

Estos departamentos y órganos de gobierno también analizan los posibles riesgos en materia de corrupción y trabajan para evitar que se produzcan este tipo de situaciones. Nuestro Código de Corporate Compliance, que se actualiza periódicamente, refleja las prácticas responsables del grupo en todos sus ámbitos de influencia.



NUESTRA CADENA DE VALOR



Nuestros grupos de interés

CLIENTES

Son nuestra razón de ser y su satisfacción es nuestro principal objetivo.

Para ello MANGO les ofrece un producto de moda, con calidad, buen diseño y a un buen precio en puntos de venta diseñados para ofrecer una buena experiencia de compra.

Seguimos trabajando para satisfacer sus necesidades y ofrecer unos productos acordes con los gustos y tendencias de moda de todos los países donde MANGO está presente.

Ahora más que nunca queremos fomentar la comunicación con nuestros clientes y aprovechar todas las oportunidades de generar confianza entre nuestros consumidores.

SOCIEDAD Y OTROS AGENTES SOCIALES

Nuestra relación con la sociedad está basada en un compromiso de colaboración con todos los grupos sociales, manteniendo un vínculo fluido a través de contactos periódicos.

La colaboración con el mundo académico, empresarial, sector público, tercer sector, etc. y la participación en proyectos de cooperación y ayuda al desarrollo, nos hace seguir avanzando en todos los aspectos.

FRANQUICIADOS

Representan uno de los pilares fundamentales de nuestro modelo de negocio. MANGO pone a su disposición un completo equipo que les ofrece un servicio integral: desde la selección del espacio y la formación del personal, hasta la puesta en marcha y apertura del punto de venta y posterior asesoramiento y apoyo en su gestión.

La relación con los franquiciados se realiza con un diálogo permanente a través de los diferentes canales.

MANGO ha crecido de la mano de sus franquiciados, llegando a ser una de las empresas franquiciadoras de mayor importancia a nivel internacional.

EMPLEADOS

Los empleados representan la base de nuestra compañía formada por un equipo de profesionales de primer nivel, motivado, competitivo y capaz de adaptarse a las nuevas situaciones.

La potenciación del talento y la formación, favoreciendo un entorno de diálogo constante son fundamentales para mantener un equipo humano con ganas de crecer tanto personal como profesionalmente dentro de la compañía.

PROVEEDORES

Son la parte fundamental de nuestra cadena de valor. En MANGO somos conscientes de la importancia que tiene una buena relación basada en la confianza mutua y trabajo conjunto.

La formación y el apoyo permanente de los diferentes equipos son claves para una adecuada gestión de la cadena, que garantice un producto de calidad y comprometido con la responsabilidad social. La gestión responsable de la cadena junto con la participación de determinados grupos de interés contribuye a la transparencia y a la mejora continua en este aspecto.

Nuestros impactos, riesgos y compromisos en sostenibilidad

IMPACTOS Y RIESGOS	 ECONÓMICO <p>Los riesgos de carácter económico están vinculados a nuestra actividad y al sector en el que operamos. Estos son evaluados de forma permanente por la dirección de la compañía, la cual establece la estrategia y los medios para una adecuada gestión. Nuestros impactos económicos se reflejan en todos nuestros ámbitos y áreas: países de producción, instalaciones y canales de distribución, generando actividad que contribuye al desarrollo de las áreas donde operamos.</p>	 SOCIAL Y LABORAL <p>Los principales riesgos en este ámbito se encuentran en nuestra cadena de producción, debido al entorno y las características de algunos de los países productores. Tenemos establecido un Código de Conducta, de obligado cumplimiento por parte de los proveedores, así como una serie de procedimientos adicionales con el objetivo de realizar su adecuado seguimiento. Este seguimiento se realiza tanto de forma directa por parte de nuestra organización, como de forma conjunta con nuestras partes interesadas y auditores externos.</p>	 AMBIENTAL <p>La emisión de gases de efecto invernadero derivada de nuestra actividad, así como la utilización de productos químicos en la fabricación y el propio proceso de producción y distribución son los principales impactos que producimos. El control de los aspectos ambientales en las fábricas, la adecuación energética de las instalaciones y puntos de venta y la optimización en el transporte son actuaciones que, entre otras, han hecho que estos impactos y sus riesgos estén identificados y controlados.</p>	 CALIDAD Y SEGURIDAD EN LOS PRODUCTOS <p>En determinados procesos de fabricación se utilizan productos químicos cuyo uso y límites de presencia están regulados y varían en función de la legislación de cada país. Nuestra política en este ámbito hace que este riesgo esté controlado de forma adecuada mediante la formación a nuestros proveedores, la actualización constante de nuestros estándares y los controles por parte de laboratorios especializados. Estas acciones permiten detectar y eliminar de nuestra colección las prendas y complementos que no cumplen los citados estándares.</p>	 COLABORACIÓN CON LA SOCIEDAD <p>Nuestros impactos en la sociedad se producen, en diferentes aspectos (económicos, laborales, etc.), tanto en los países donde fabricamos nuestros productos como en los países donde los comercializamos. No cubrir las expectativas, tanto propias como de los diferentes grupos de interés, es el principal riesgo que se produce en este ámbito. Por este motivo, entendemos que la cooperación y el trabajo conjunto con nuestras partes interesadas es fundamental.</p>
	COMPROMISO <p>Nuestras operaciones y actividades empresariales se desarrollarán dentro de un marco ético, con una actitud correcta, responsable y con unas adecuadas medidas de buen gobierno.</p>	<p>Las relaciones laborales se realizarán de forma equitativa, defendiendo los derechos y los principios fundamentales de las personas.</p>	<p>La actividad se realizará de forma respetuosa con el medio ambiente, con una especial atención en fomentar la economía circular.</p>	<p>Se ofrecerá a los clientes un producto de calidad, garantizando también que no implique riesgos para su salud y seguridad.</p>	<p>Se colaborará conjuntamente con la sociedad en los diferentes ámbitos donde desarrollamos nuestra actividad, haciéndolo extensivo a todos los colaboradores.</p>



MANGO se unió en 2003 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y actualmente dispone del nivel advanced, el nivel de mayor calidad en el reporting

Todos nuestros compromisos quedan recogidos en el Código Ético de MANGO y están integrados en la estrategia empresarial, incluyéndose en los objetivos y planes de acción con el fin de velar por la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio en el tiempo. Además, disponemos de políticas y procedimientos alineados con estos objetivos, los cuales están basados en sistemas de gestión simples y eficientes, verificados de forma independiente tanto interna como externamente.

Con la voluntad de seguir avanzando, queremos trabajar nuestra sostenibilidad en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas. Por ello hemos integrado aquellos objetivos más afines y alcanzables por nuestro tipo de actividad, con la voluntad de contribuir a afrontar los grandes retos económicos, sociales y ambientales. Además, para fomentar la implicación del equipo de MANGO, durante 2017 hemos llevado a cabo formación interna sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

MANGO | TAKE ACTION

El plan estratégico de responsabilidad social corporativa de MANGO, bajo el nombre de TAKE ACTION, comprende los objetivos establecidos en el período 2017-2020, relacionados con aspectos ambientales, de la cadena de suministro y del bienestar de la plantilla.

TAKE ACTION ES UN COMPROMISO FIRME ORIENTADO HACIA LA CREACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO EN LÍNEA CON CRITERIOS SOSTENIBLES

La responsabilidad social corporativa a largo plazo



2011

Adhesión al **Programa de Acuerdos Voluntarios** para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), impulsado por la Oficina Catalana del Cambio Climático (OCCC) para aquellos que buscan un compromiso voluntario para reducir sus emisiones de GEI, más allá de lo que obliga la normativa.

2012

Participación en la conferencia de Naciones Unidas sobre el desarrollo sostenible de **Río+20** en Río de Janeiro para acordar medidas para reducir la pobreza, fomentar la equidad social y garantizar la protección del medio ambiente.

Adhesión a la iniciativa **Detox** promovida por Greenpeace para lograr en 2020 el vertido cero de productos químicos a lo largo de la cadena de suministro.

Miembros del **Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial** de Naciones Unidas.

2013

Firma del **Acuerdo sobre Seguridad en la Construcción de Edificios y de Instalaciones contra Incendios en Bangladés**, para mejorar las condiciones de seguridad de los trabajadores en las fábricas de confección en este país.

www.bangladeshsaccord.org

2014

Participación en el **Grupo de trabajo de Empresas y Derechos Humanos de la Red Española del Pacto Mundial** cuyo objetivo es ayudar a las organizaciones a implantar los derechos humanos en su cadena de valor.

Adhesión a la iniciativa empresarial **Respon.cat** para el desarrollo de la responsabilidad social en Cataluña como integrantes del Grupo Motor.
www.respon.cat

2015

Lanzamiento de un **proyecto piloto con Kooperera de reciclaje textil en tiendas**: recogida de ropa y calzado que ya no se utiliza para darle un nuevo uso y contribuir a cerrar el círculo.

2016

Desarrollo del **Plan estratégico de responsabilidad social corporativa TAKE ACTION** que engloba los objetivos en materia ambiental y social fijados en el horizonte 2017-2020. Dentro del plan destaca la **primera colección sostenible MANGO Committed** que refleja el compromiso de trabajar siguiendo criterios de desarrollo sostenible.

2017

Adhesión a **amfori Trade with Purpose** para reforzar el compromiso de responsabilidad y cumplimiento social y medioambiental en la cadena de proveedores.

Premio **Carles Ferrer Salat** en la categoría de Medio Ambiente, otorgado por Foment i Treball.

La materialidad, temas clave de sostenibilidad

Con el objetivo de asegurar que la memoria ofrece una información relevante para los diferentes grupos de interés, MANGO ha completado y actualizado el estudio de materialidad llevado a cabo en los tres últimos años con el objetivo de identificar los temas ambientales, sociales, económicos y de buen gobierno relevantes para la sostenibilidad en toda su cadena de valor.

Este proceso ha seguido las pautas de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, integrando las prioridades de la compañía y las de sus grupos de interés.



1 IDENTIFICACIÓN

Para obtener un listado preliminar de temas relevantes, en 2014 se realizó un análisis de fuentes externas (tendencias, requerimientos del sector,...) e internas que se considera válido y vigente al no haberse producido cambios significativos en las operaciones, la actividad, el tamaño, la estructura accionarial y la cadena de suministro de MANGO.



2 PRIORIZACIÓN

Con el objetivo de determinar la relevancia de cada uno de los temas del listado preliminar se llevó a cabo un proceso de consulta a los grupos de interés mediante una encuesta online. Para actualizar la información y ampliar la muestra, se ha realizado de nuevo la consulta a los proveedores, los clientes y otros agentes sociales para esta edición.

Como resultado de esta fase se ha obtenido el listado de asuntos relevantes priorizados, considerando materiales todos aquellos con importancia alta y media tanto para MANGO como para sus grupos de interés.

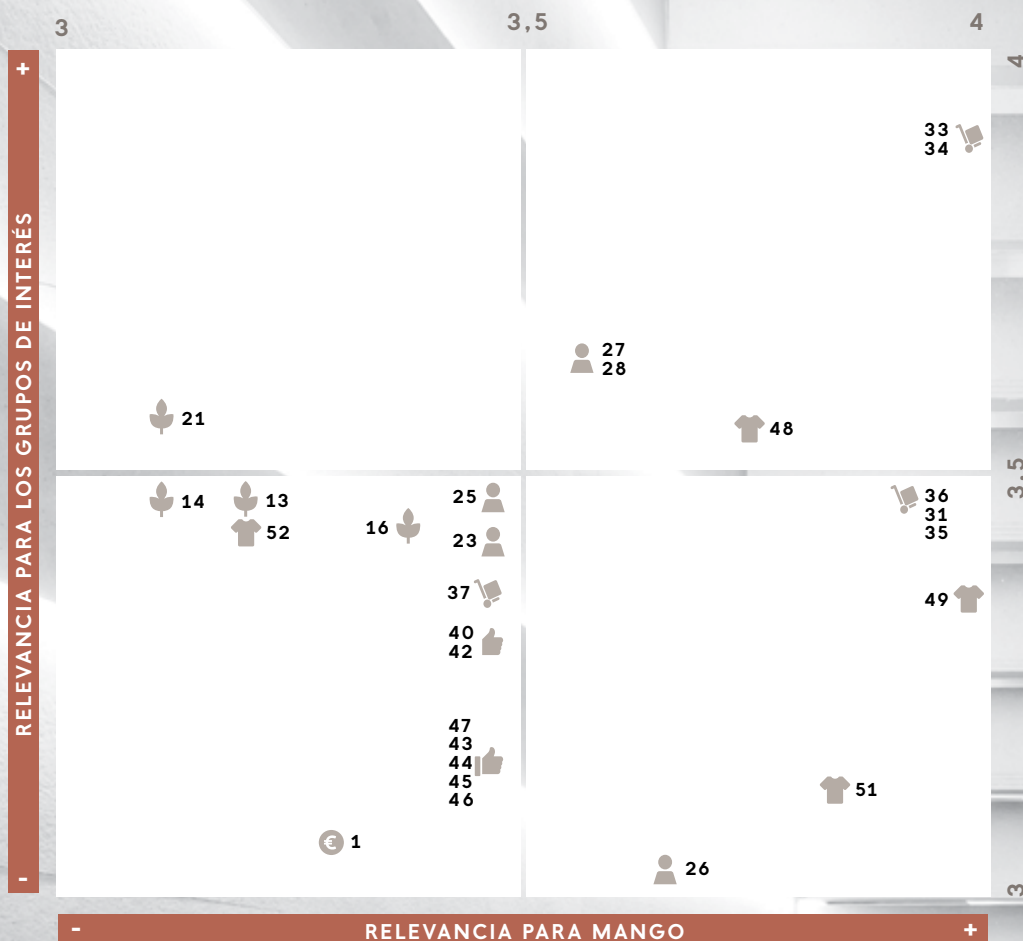


3 VALIDACIÓN

El área de Responsabilidad Social Corporativa ha evaluado los resultados derivados de las fases anteriores con el fin de asegurar que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada los temas relevantes para el contexto y desempeño sostenible de MANGO. Como resultado de esta revisión se ha considerado oportuno determinar también como materiales: Desempeño económico y Acción social y Cátedra RSC.

Matriz de materialidad

La siguiente matriz muestra la puntuación que ha obtenido cada aspecto relevante en función de dos variables: la relevancia en el negocio y la relevancia para los grupos de interés de MANGO. En esta matriz se representan sólo aquellos aspectos que han resultado materiales.



CLIENTES Y PRODUCTO	GRUPOS DE INTERÉS ¹	MANGO
48 Salud y seguridad de los clientes	3,78	3,81
52 Cumplimiento regulatorio	3,73	3,44
49 Etiquetado de los productos y servicios	3,68	4,00
51 Privacidad de los clientes	3,56	3,88

SOCIEDAD Y ÉTICA EMPRESARIAL	GRUPOS DE INTERÉS ¹	MANGO
39 Acción social y Cátedra RSC	3,34	3,13
40 Lucha contra la corrupción		
42 Prácticas de competencia desleal	3,66	3,63
43 Cumplimiento normativo		
44 Código de Conducta interno		
45 Proceso de auditoría	3,59	3,63
46 Detección de incumplimientos		
47 Planes de acción correctivos		

PROVEEDORES	GRUPOS DE INTERÉS ¹	MANGO
35 Evaluación		
36 Salarios y horarios	3,75	3,94
31 No discriminación		
33 Trabajo infantil	3,95	4,00
34 Trabajo forzoso		
37 Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	3,69	3,63

EMPLEADOS	GRUPOS DE INTERÉS ¹	MANGO
23 Empleo	3,72	3,63
25 Salud y seguridad en el trabajo	3,74	3,63
26 Capacitación y educación	3,52	3,75
27 Diversidad e igualdad de oportunidades		
28 Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	3,81	3,69

MEDIO AMBIENTE	GRUPOS DE INTERÉS ¹	MANGO
21 Productos químicos	3,79	3,38
13 Emisiones	3,74	3,44
14 Efluentes y residuos	3,73	3,38
16 Cumplimiento regulatorio	3,73	3,56

ECONOMÍA Y ESTRATEGIA	GRUPOS DE INTERÉS ¹	MANGO
1 Desempeño económico	3,53	3,50

¹Media calculada en base a los porcentajes de ponderación de los grupos de interés.



NUESTRA RELACIÓN CON *LA SOCIEDAD* Y *LOS CLIENTES*

Trabajamos para ofrecer a nuestros clientes un producto de calidad, seguro y que cumpla con sus expectativas. Con este objetivo y conscientes de nuestra responsabilidad con la sociedad y en especial en la gestión de los residuos, promovemos la economía circular en la industria textil para dar una segunda oportunidad a la ropa y calzado usado.



EL PROYECTO *SECOND CHANCES*

Con el propósito de contribuir a la reducción de los residuos textiles y promover la economía circular en la industria textil el departamento de RSC impulsó el proyecto SECOND CHANCES dentro del plan TAKE ACTION.

El proyecto SECOND CHANCES empezó en 2015 en forma de proyecto piloto colocando contenedores de reciclaje textil en la zona de Barcelona. Como segunda fase piloto se extendió el proyecto a las principales ciudades nacionales llegando a un total de 25 contenedores de reciclaje textil en España.

Después de esta primera etapa, en 2017 el proyecto SECOND CHANCES ha tenido su primera gran expansión en España y Europa. En 2017 contamos ya con 100 contenedores en las principales ciudades de España y 30 en Europa repartidos entre Alemania, Francia, Holanda, Italia, Portugal, y Reino Unido.

De esta forma, y en línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible de consumo responsable (ODS 12), MANGO extiende su responsabilidad como productor de residuo textil y ofrece a sus clientes la posibilidad de dar una segunda oportunidad a su ropa y calzado usado. Los clientes pueden depositar textiles y calzado de cualquier marca en los contenedores MANGO SECOND CHANCES y de esta forma ayudar a cerrar el círculo del residuo textil. En 2017 el proyecto SECOND CHANCES ha recogido más de 3 toneladas de textiles y calzado usado y MANGO se propone superar las 10 toneladas a lo largo de 2018.

Todo lo recogido es donado y procesado en el centro de recuperación y reciclaje KOOPEA donde los textiles son debidamente clasificados para poder reutilizarse, volver a convertirse en materia prima o reciclarse para nuevas funciones como aislamiento térmico, alfombrillas de coches o valorización energética entre otros. De esta manera aseguramos que el 100% de los textiles y calzado depositado en los contenedores SECOND CHANCES se les da una segunda oportunidad.

Koopera forma parte de un grupo de cooperativas de iniciativa social y de empresas de inserción laboral no lucrativas impulsadas por Cáritas. De esta manera el proyecto SECOND CHANCES no solo asegura la correcta gestión y reciclaje del residuo textil sino que a la vez contribuye a la creación de puestos de trabajo haciendo realidad una economía sostenible y solidaria. (www.koopera.org).

En 2018 está previsto hacer una segunda expansión a nivel nacional e internacional del proyecto con una ampliación de 100 contenedores más.

EL DESTINO DE LAS PRENDAS RECOGIDAS SE DISTRIBUYE EN LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS:

52%
REUTILIZACIÓN
LOCAL

10%
REUTILIZACIÓN
INTERNACIONAL

20%
RECICLAJE PARA
NUEVAS FUNCIONES

18%
VALORIZACIÓN
ENERGÉTICA

EXCELENCIA EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE, *UNA PRIORIDAD*

20

MEGASTORES
ABIERTAS EN 2017

Tenemos en cuenta todos los detalles para que el proceso de compra se convierta en toda una experiencia para el cliente. Los puntos de venta están situados en las principales calles y zonas comerciales especialmente diseñados para el disfrute y la comodidad de nuestros clientes, con género seleccionado para que se pueda comparar y combinar con facilidad. Todo ello unido a una atención especializada para que el cliente se sienta bien atendido y cómodo a la hora de comprar nuestros productos, en un ambiente dinámico resultante de la armonización del espacio.

nuestros clientes, tanto en puntos de venta como a través de las redes sociales y departamentos especializados.

Con las megastores hemos dado un giro notable a la imagen de las tiendas con el objetivo de que la experiencia de la compra sea aún más gratificante: tiendas muy amplias y luminosas, para que se pueda apreciar mejor las colecciones, escoger y probar más fácilmente. La mayor disposición de espacio permite exponer la totalidad de las colecciones ofertadas en cada una de las tiendas, mejorando notablemente la experiencia del cliente.

211

TIENDAS EN TOTAL CON
EL NUEVO CONCEPTO
DE MEGASTORE

La atención al cliente se realiza en los puntos de venta a través de nuestro personal, que está especialmente formado en este sentido, ya que tenemos muy presente que nos enfrentamos al reto diario de ofrecer un servicio excelente a nuestros clientes. Esta formación está enfocada a la atención al cliente, al producto, al merchandising, a las tendencias, etc. También contamos con canales de comunicación permanentes con

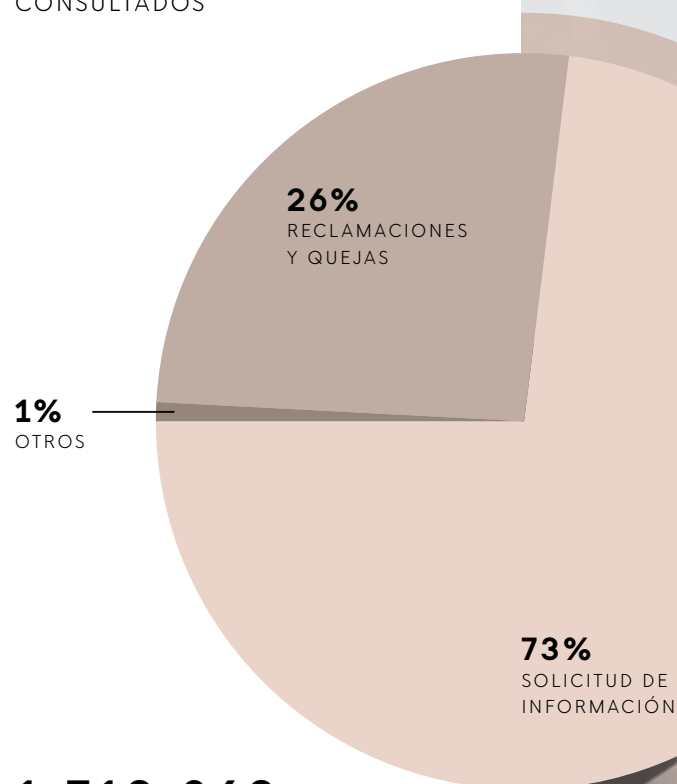
Además de los puntos de venta, los clientes cuentan con diversos canales de comunicación. En nuestra sede central disponemos de un departamento especializado para cualquier consulta, duda o sugerencia. Las peticiones se atienden en 21 idiomas: **alemán, árabe, catalán, checo, chino, coreano, español, francés, griego, holandés, húngaro, inglés, italiano, noruego, polaco, portugués, rumano, ruso, sueco, turco y croata.**

EXPERIENCIA DE CLIENTE (CUSTOMER EXPERIENCE)

Buscamos despertar las emociones del cliente y generarle una buena experiencia cuando interactúa con nosotros, a la vez que aseguramos un nivel alto de satisfacción y de calidad del servicio. Ya no se trata únicamente de proporcionar un producto o servicio sino facilitar una vivencia que sea memorable. Por ello hemos hecho una apuesta firme por fomentar una cultura de empresa omnicanal enfocada al cliente, con el objetivo de garantizarle una buena experiencia con la marca. Como novedad, en 2017 se ha añadido el canal Whatsapp como medio de comunicación en Portugal.

Queremos saber la opinión de los clientes sobre nuestras prendas y complementos para poder adaptarnos mejor a sus gustos y necesidades, trasladando dichas sugerencias a los diseños de nuestras colecciones.

PRINCIPALES ASPECTOS CONSULTADOS



1.713.863

PETICIONES
GESTIONADAS
EN 2017

Nuestras tarjetas

TARJETA MANGO

Tarjeta de pago totalmente gratuita que ofrece un 10% de descuento inmediato en la primera compra. Entre otras de sus ventajas destacan excepcionales formas de pago fraccionado (6 meses sin intereses ni comisiones) y la posibilidad de disfrutar de promociones exclusivas, regalos y de asistir a eventos de la marca, *showrooms*, etc. Además, MANGO colabora con más de veinte marcas de belleza y ocio para que los titulares de la tarjeta puedan disfrutar de ofertas y descuentos exclusivos.

TARJETA REGALO MANGO

Con ella ofrecemos a nuestros clientes una manera diferente de regalar moda. Se puede adquirir en cualquier tienda MANGO, MANGO Man, MANGO Kids y Violeta by MANGO y el cliente puede elegir el importe que prefiera para adaptarse a cualquier ocasión. Además también existe el Cheque regalo MANGO virtual para utilizarlo en nuestra tienda online.



La venta online, en crecimiento continuo

El canal online de MANGO ha continuado ganando peso en la estrategia multicanal durante este 2017, llegando a suponer un 15,5% de las ventas de la compañía alcanzando una facturación de más de 339 millones de euros, un 15,4% más que el año anterior. La venta online está disponible en 83 países.



15,4%

AUMENTO DE LA
VENTA ONLINE
RESPECTO A 2016

15,5%

VENTA ONLINE
RESPECTO LA
FACTURACIÓN
DEL GRUPO

CERCANÍA CON EL CLIENTE A TRAVÉS DE UNA *COMUNICACIÓN MULTICANAL*

En paralelo al aumento de ventas online, las iniciativas multicanal de MANGO en línea con la estrategia de orientación a las necesidades y satisfacción del cliente han dado un paso más, con proyectos innovadores para juntar el mundo offline con el online: proyectos de expedición desde tienda física de pedidos online para dar un servicio aún más rápido, o la opción de pagar en tienda pedidos realizados online en países con fuerte uso del pago contra-reembolso han supuesto una oportunidad para optimizar las operaciones y aumentar la satisfacción del cliente.

Nuestros canales digitales

En 2017 los canales digitales de MANGO han atraído más de 450 millones de visitas, representando un año récord en todos los parámetros.

Hemos visto la consolidación del móvil como principal canal digital en captación de tráfico, aglutinando más del 67% de las visitas, lo que aporta contexto a las grandes mejoras que la navegación móvil y la App han experimentado durante 2017, con un rediseño de todo el proceso de compra que optimiza la experiencia de navegación, descubrimiento y compra de toda la colección.

Otra iniciativa con una excelente acogida a sido la introducción en más de 300 tiendas del tiquet digital en la red de tiendas, la iniciativa que permite obtener un tiquet de compra totalmente digitalizado e integrado dentro de la cuenta de cliente digital de MANGO, lo que mejora el acceso al histórico de compra de las compras offline y online así como tiene un positivo impacto medioambiental.



MANGO desarrolla una actividad notable en plataformas digitales superando los 21,5 millones de fans.

Presentes en las redes sociales

Las redes sociales juegan un papel protagonista en la estrategia de comunicación de MANGO. No sólo permiten a la marca mantener una comunicación bidireccional con millones de seguidores de todo el mundo, sino que son un canal clave para compartir contenidos exclusivos que ayudan a conectar a nivel emocional a la marca con sus fans. Para ello, creamos y adaptamos contenidos para cubrir las expectativas de los usuarios de cada una de las redes en las que estamos presentes.



Nuestras campañas

El Departamento de Comunicación es el encargado de transmitir los valores que distinguen a MANGO a través de campañas transversales, innovadoras y con un contenido 360 aplicado en los distintos canales. La marca, que desarrolla una actividad notable en plataformas digitales, supera en la actualidad los 21,5 millones de fans.

El reconocido fotógrafo Mario Sorrenti ha sido el encargado de retratar a un casting excepcional (Amber Valletta, Anna Ewers, Mica Arganaraz, Frederikke Sofie y Olivier Martínez) en las dos campañas principales de las temporadas Primavera/Verano y Otoño/Invierno 2017. Al mismo tiempo, MANGO ha desarrollado otros proyectos de imagen a lo largo del año de igual transcendencia como por ejemplo "A story of Uniqueness": una campaña que invita a la celebración de la autenticidad de cada individuo materializada no solo en imágenes sino a través de una selección real de testimonios donde la diversidad y el sentimiento de comunidad han ejercido como verdaderos protagonistas y que la firma ha dado continuidad a través de diferentes iniciativas en sucesivas temporadas.



La relación con los medios de comunicación

El Departamento de Relaciones Públicas mantiene una relación constante con los diferentes medios de comunicación informándoles sobre las novedades más destacadas de MANGO con el fin de construir, administrar y potenciar la imagen de marca. La moda es una industria estimulante y desde el equipo de Relaciones Públicas y prensa se crea un flujo constante de contenido al mismo tiempo que se cuidan las conexiones en el sector y la creación de experiencias y eventos para la comunidad MANGO.

El principal objetivo es dar a conocer la marca de un modo positivo para conseguir el crecimiento y éxito de la misma a través de una gestión eficaz y verdadera de la comunicación.

Colección Committed

MANGO Committed es una colección de moda sostenible diseñada cuidadosamente para mujer y hombre, e integrada por prendas de moda comprometidas con el medio ambiente. Fotografiada siempre en entornos naturales, MANGO incluye en estos diseños tejidos como el algodón orgánico y el reciclado, el Tencel® y el modal que se combinan con tintes de bajo impacto medioambiental en una paleta de tonos neutros para crear una colección atemporal y vanguardista.

Esta apuesta por la sostenibilidad forma parte de TAKE ACTION, un proyecto que engloba todas aquellas acciones orientadas hacia la creación de un modelo de negocio en línea con criterios

sostenibles y procesos de menor impacto ambiental. La iniciativa incluye además otras acciones como “Second Chances” un proyecto de recogida de ropa y calzado usados en tiendas seleccionadas, con el objetivo de reciclarlos y reutilizarlos para ayudar así a cerrar el ciclo de las prendas y reducir el residuo textil.

El mundo actual está en un proceso de cambio constante, y nosotros también. Trabajamos prenda a prenda, hacia un futuro de la moda más ético y sostenible a través de esta colección que se presenta dos veces al año en las distintas temporadas de Primavera/Verano y Otoño/Invierno.

Aperturas flagship

MANGO continuó con su estrategia de expansión y nuevas flagships a lo largo de 2017. Estos nuevos espacios se caracterizan por contar con un nuevo concepto de arquitectura e interiorismo, The Line, formado por ambientes sofisticados y contemporáneos, diseñados para reflejar la personalidad de la marca.

Esta nueva imagen se ha introducido en tiendas de diferentes ciudades como Madrid, Lisboa y Nueva York, con la intención de unificar todas las líneas en un mismo espacio más amplio y dinámico, mejorando notablemente la experiencia del cliente.

MANGO ha abierto una nueva tienda emblema en la milla de oro comercial madrileña de Serrano. El local cuenta con una superficie de venta de 2.000 m² dividido en cuatro plantas que albergan las líneas Woman, Man y Kids. Con la intención de recuperar la disposición original del edificio, se ha creado un espacio amplio en el que se mezclan materiales y texturas aportando un aspecto ecléctico.

Coincidiendo con el 25 aniversario de la firma en Portugal, que marcó el inicio de la expansión internacional en 1992, se ha inaugurado una nueva Flagship en la Praça dos Restauradores de Lisboa en el emblemático edificio de estilo art déco Teatro Edén, diseñado por los arquitectos Cassiano Branco y Carlo Florencio Dias en 1931. El local dispone de una superficie de venta de 1.000 m² y está dividido en tres plantas que albergan las líneas Woman, Man y Kids.

MANGO ha celebrado estas aperturas ante numerosos medios con la compañía de personalidades del mundo de la moda y colaboradores de la marca como las #MANGOGirls Julia Restoin, Jeanne Damas, Yasmin Sewell, Camille Charrière, Diletta Bonaiuti, Lucy Williams, Blanca Miró o Natalie Joos entre otras.

En Nueva York, la firma reabre además su flagship estadounidense del Soho en 561 Broadway Avenue, una de las principales zonas comerciales de la ciudad. Esta vez la marca ha ido más allá en su concepto de tienda, reflejando la evolución de la imagen e interiorismo de sus nuevos puntos de venta. El espacio de casi 600 m² ha sido diseñado para encajar con la personalidad del histórico distrito en el que se ubica y entroncar con las raíces industriales del edificio en el que se encuentra.

Estas nuevas aperturas incluyen novedades tecnológicas que MANGO está implantando en sus nuevos puntos de venta como probadores digitales, el e-ticket, la funcionalidad de pago Pay&Go o zonas específicas para el Click & Collect.



MANGO X Primavera Sound 2017

No es la primera vez que MANGO ejerce como aliado del arte del sonido brindando el equilibrio ideal entre música y estética. La marca refuerza su vínculo con la cultura musical patrocinando uno de los festivales de música más internacionales, el Primavera Sound. MANGO colabora ejerciendo su papel como uno de los principales patrocinadores y proponiendo vivir esta cita de una forma diferente a través de “MANGO House”, un espacio en el que experimentar innovación, música y moda con sesiones en directo y que actúa como punto de encuentro para todos los asistentes a este festival.



CONTRIBUIMOS A GENERAR UN IMPACTO POSITIVO EN LA SOCIEDAD A TRAVÉS DE *NUESTRA ACCIÓN SOCIAL*

En MANGO consideramos que tenemos un compromiso con la comunidad donde actuamos. Por ello desde hace años desarrollamos una acción social diversa a través de apoyo financiero, voluntariado y mediante donaciones de género, con el objetivo de conseguir una sociedad más justa y solidaria.



© Fundación Vicente Ferrer

Colaboraciones económicas

FUNDACIÓN VICENTE FERRER

Financiamos la creación de un centro de formación y producción de artesanías textiles en Anantapur (India). El objetivo de este proyecto es dar formación y crear empleo para mujeres con discapacidad para que tengan ingresos que les permita tener una vida autónoma.

FUNDACIÓN VITA MUNDI

Financiamos un proyecto de alimentación complementaria destinado a las personas que viven en una zona de chabolas permanentes en Ganeshnagar, Bombay. El proyecto proporciona apoyo aproximadamente a 100 familias. Además, las mujeres de estas familias reciben clases para aprender a leer, escribir y contar.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER (AECC)

MANGO da apoyo a la investigación del cáncer a través de becas con el fin de conocer en profundidad sus causas y comportamiento, la prevención, diagnóstico, tratamiento y seguimiento del enfermo. Este año se ha financiado una beca de investigación para el doctor Alexandre Calon del Institut Hospital del Mar d'Investigacions Mèdiques (IMIM) sobre el oxaliplatino, un anti-neoplásico utilizado habitualmente como parte del tratamiento de pacientes con cáncer colorrectal.

FUNDACIÓN INTERNACIONAL JOSEP CARRERAS

Colaboramos con la fundación a través de la financiación del Registro Español de Donantes de Médula Ósea (REDMO) cuyo objetivo es la creación de una base de datos de donantes y pacientes.

FUNDACIÓN BARRAQUER

Apoyamos las expediciones oftalmológicas que la fundación realiza en los países del sur. Las expediciones asistenciales impulsadas se centran principalmente en combatir la catarata, causa principal de ceguera en los países en vías de desarrollo, y en proporcionar gafas.

HOMAC FUNDACIÓN

Colaboramos en dos proyectos en Etiopía. Por un lado financiamos la formación en corte y confección de la escuela profesional Comboni Women's College en Awasa, y por otro lado, colaboramos con la compra de material médico para un hospital rural.

FUNDACIÓN HUMANITARIA A.G.H.

Colaboramos con la fundación a través de la financiación de centros de formación textil dirigidos a mujeres, además de apoyar el funcionamiento y mantenimiento de un parvulario ubicados en la misión de Brazani, Mang'ola (Tanzania).

FUNDACIÓN NATURA BISSÉ (FUNDACIÓN RICARDO FISAS)

Apoyamos un proyecto innovador a favor de las patologías más comúnmente diagnosticadas en alumnos con dificultades de aprendizaje, como por ejemplo la dislexia y el trastorno por déficit de atención e hiperactividad (TDAH).

FUNDACIÓN FERO

Apoyamos el proyecto de investigación que desvela la importancia de la dinámica de la cromatina en el desarrollo del cáncer, investigación liderada por la Dra. Sandra Peiró investigadora principal en VHIO (Vall d'Hebron Institute of Oncology).

MÉDICOS SIN FRONTERAS

MANGO es socio estratégico de la ONG y los fondos destinados apoyan directamente a la Unidad de Emergencias. Esta unidad tiene el reto de dar respuesta inmediata a cualquier emergencia, para lo cual realiza un seguimiento permanente de alertas, ya sean por epidemias, fenómenos naturales o conflictos bélicos.

FUNDACIÓN ARED

La fundación trabaja para lograr el acceso a la plena ciudadanía de personas que están en riesgo de exclusión social, fomentando su autonomía mediante procesos de formación y de acompañamiento integral. MANGO financia 15 becas de confección industrial para mujeres en vías de reinserción social.

FUNDACIÓN BANCOS DE ALIMENTOS

La compañía financia el año entero de compra de leche de continuidad para niños de 0-3 años en comedores y centros de atención social de Barcelona, así como la compra de papillas.

HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS

MANGO ha financiado dos nuevas habitaciones para el nuevo centro oncológico pediátrico que se está construyendo junto al hospital. El Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona, centro de referencia en el tratamiento y la investigación del cáncer infantil, quiere crear el Pediatric Cancer Center (Barcelona), un hospital para el tratamiento del cáncer infantil. En este centro se podrá llegar a tratar a 400 niños enfermos de cáncer. Sería el primer centro oncopediátrico de Europa.

Voluntariado

FUNDACIÓN SOÑAR DESPIERTO.

Los empleados de MANGO participaron en una jornada de voluntariado con los niños atendidos por esta fundación que viven en casas de acogida concertadas por la Generalitat de Cataluña.

Otras colaboraciones

Con el fin de aumentar nuestro impacto positivo en la sociedad, durante el 2017 donamos ropa no comercializable a diferentes organizaciones con fines solidarios. Además, a lo largo del año, damos la oportunidad a nuestros empleados de participar activamente en diferentes campañas sociales, eventos solidarios y otro tipo de colaboraciones con fines sociales, tales como: mercadillos solidarios, TEAMING (micro donaciones voluntarias de 1€ al mes), campañas de donación de sangre, campañas de recogida de alimentos y juguetes en Navidad, etc.

CÁTEDRA MANGO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Desde la Cátedra MANGO estudiamos y generamos debate en torno al papel que deben jugar las empresas en la sociedad. Esta iniciativa se creó en 2006 mediante un convenio de colaboración con la Escuela Superior de Comercio Internacional (ESCI-UPF), adscrita a la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona).

Su objetivo fundamental consiste en profundizar en el conocimiento de la responsabilidad social corporativa y

analizar la sostenibilidad de la actividad económica y empresarial, combinando el rigor académico y la aplicación práctica. Gracias a la colaboración entre Universidad y Empresa, se establece un nexo para ampliar el conocimiento en el mundo empresarial y generar opinión de interés general.

Con esta vocación de generar y compartir conocimiento y debate, consideramos además necesario que

la Cátedra sea un punto de unión y encuentro entre las diversas empresas, instituciones y entidades vinculadas a la RSC, y que éstas puedan contribuir a los diferentes proyectos e investigaciones que se realizan.

Los proyectos y actividades y otros detalles pueden consultarse en su página web <http://mango.esci.upf.edu>.

Proyectos de investigación: el cálculo de la huella hídrica

La finalidad de los proyectos es analizar aspectos relevantes en materia de sostenibilidad y son la actividad principal de la Cátedra. Estos se llevan a cabo por equipos especializados en cada materia y se publican en forma de documentos de trabajo.

Entre los proyectos realizados durante 2017 destaca el cálculo de la huella hídrica de un tejano (denim).

Con el objetivo de conocer el volumen de agua utilizada para producir un pantalón tejano de tejido denim, se ha elaborado un análisis de la huella hídrica. Siguiendo el estándar de referencia ISO 14046:2014 se ha calculado el uso del agua del producto, desde la producción del algodón, del tejido denim, su confección y acabados en diferentes áreas, así como el transporte final hasta los almacenes de la organización.



Ciclo de formación: la medición del impacto social de las organizaciones

Entre las actividades realizadas durante el 2017, destaca la organización de la cuarta edición del ciclo: "Impulsores de la RSC: compartir para mejorar", centrada esta vez en la medición del impacto social de las organizaciones. El curso estaba dirigido a directores y responsables de RSC de organizaciones públicas y privadas, y su objetivo era generar conocimiento para cuantificar el impacto causado por las organizaciones en la sociedad. Planteadas de manera interactiva, las sesiones combinaban ponencias de expertos y trabajo práctico en grupo.

Manual de auditoría social

Conscientes de la importancia de la correcta gestión de la cadena de valor de las organizaciones, en 2015 la Cátedra inició un proyecto consistente en la elaboración de un manual de auditoría social aplicable a cualquier sector empresarial y tamaño de empresa, en el que se incluyen los principales aspectos a realizar en este tipo de verificaciones. Como complemento del manual se han ido preparando, de forma progresiva, fichas específicas de los diferentes países productores relevantes. En dichas fichas se incluye la legislación aplicable, así como buenas prácticas más allá de la misma. Tanto el manual como las fichas se van actualizando permanentemente.

En 2017 se ha elaborado la tercera ficha correspondiente a Vietnam, que se añade a las ya realizadas de Marruecos y Turquía. En 2018 se elaborarán las fichas de Portugal y China.

Impulsando la Cátedra a través del Consejo Asesor

El objetivo del Consejo Asesor es asesorar a la Cátedra MANGO en sus actividades. Este Consejo está compuesto por personas relevantes en el ámbito de la RSC vinculadas a entidades representativas del mundo empresarial, administrativo, social y académico. Su principal función es identificar temas significativos en estos aspectos que permitan alimentar las líneas de trabajo impulsadas por la Cátedra.



LOS EMPLEADOS

Nuestro equipo humano es un activo esencial que nos ayuda a alcanzar nuestros objetivos y retos. Por eso velamos por su salud y seguridad. Con este propósito en 2017 nos hemos adherido a la Declaración de Luxemburgo para mejorar las condiciones de trabajo de nuestros trabajadores y reforzar nuestro compromiso con ellos.



CALIDAD DEL EMPLEO Y BIENESTAR *DE LAS PERSONAS*

Estamos comprometidos con la creación de un marco de confianza en el que los empleados puedan crecer y desarrollarse profesionalmente. La estabilidad, el diálogo, la formación, el desarrollo profesional, la conciliación y el reconocimiento son pilares sobre los que construimos la confianza.

Perfil de nuestro equipo humano

Para garantizar una gestión eficiente que acompañe el crecimiento del grupo, basada en la calidad en el empleo y el bienestar de las personas, procuramos la mejora continua en diferentes ámbitos.

15.970

PERSONAS EN PLANTILLA



2.605

PERSONAL DE
ESTRUCTURA

13.365

PERSONAL DE
PUNTOS DE VENTA

36%

PLANTILLA
DE ESPAÑA

80%

MUJERES EN
PLANTILLA

61%

MUJERES EN
ESTRUCTURA

84%

MUJERES EN
PUNTOS DE VENTA

29,82 AÑOS

MEDIA DE EDAD
DE LAS PERSONAS

81%

ESPAÑA ENTRE
26 Y 56 AÑOS

85%

EXTRANJERO ENTRE
16 Y 35 AÑOS

100%

PLANTILLA CUBIERTA POR
UN CONVENIO COLECTIVO
Y LA LEY LABORAL
CORRESPONDIENTE

PLANTILLA CON
CONTRATO FIJO

66%

ESPAÑA

70%

EXTRANJERO

PLANTILLA A
TIEMPO COMPLETO

47%

ESPAÑA

56%

EXTRANJERO





Un entorno diverso y respetuoso con la igualdad

Nuestra organización se caracteriza por la diversidad cultural fruto de la internacionalización de nuestro negocio. La igualdad de género es un compromiso inherente en la gestión de las personas que se hace efectivo y se materializa mediante distintas herramientas.



220

EMPLEADOS QUE SE HAN
BENEFICIADO DEL PERMISO DE
MATERNIDAD Y PATERNIDAD

100%

EMPLEADOS CON
DERECHO A BAJA
DE MATERNIDAD Y
PATERNIDAD

100%

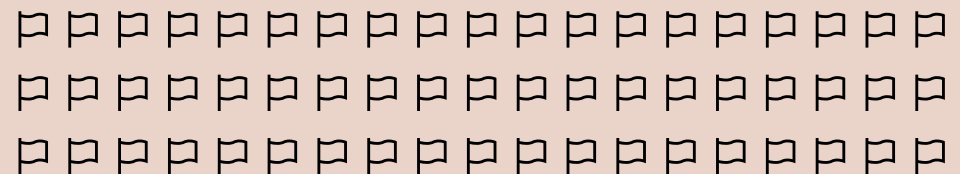
TASA DE
REINCORPORACIÓN
AL TRABAJO TRAS
FINALIZAR LA BAJA

73%

TASA DE RETENCIÓN
TRAS LA BAJA

57

NACIONALIDADES DIFERENTES EN NUESTRA
SEDE CENTRAL Y TIENDAS EN ESPAÑA





Múltiples ventajas

FLEXIBILIDAD HORARIA
POR MOTIVOS PERSONALES

SUSPENSIONES TEMPORALES
POR MOTIVOS PERSONALES

AMPLIACIÓN DEL TIEMPO PARA
PODER ASISTIR A LAS VISITAS
MÉDICAS NECESARIAS

JORNADA INTENSIVA LOS VIERNES
Y LAS VÍSPERAS DE FESTIVOS
SEÑALADOS DE MUTUO ACUERDO
CON EL PERSONAL DE ESTRUCTURA,
ALARGANDO MEDIA HORA LA
JORNADA DE TRABAJO DEL RESTO
DE DÍAS

Existen ventajas y beneficios para los empleados que contribuyen a mejorar su bienestar.

El modelo de retribución se complementa con distintas ventajas y beneficios: transporte colectivo gratuito, que abarca diferentes rutas y horarios, subvención de comedores, acuerdos especiales, descuentos, etc.

El carácter internacional de nuestra organización facilita la movilidad geográfica de aquellos trabajadores que lo soliciten. Por otro lado, cuando surgen nuevos puestos internos a cubrir, se ofrece al personal la posibilidad de solicitar un cambio de departamento.

Diálogo permanente

Disponemos de canales para fomentar la cohesión del equipo y mantener a los empleados constantemente informados, con el objetivo de mejorar la organización del día a día y hacerles partícipes de nuestros proyectos. Por ejemplo, la iniciativa “Si yo fuera presidente” con representantes elegidos en cada uno de los departamentos. Las conclusiones, cambios y mejoras acordados se publican y se comunican a todos los empleados en los boletines internos de la empresa.

CONSULTAS INTERNAS

PORTAL DEL EMPLEADO

BUZÓN DE SUGERENCIAS

SERVICIO DE RESOLUCIÓN DE
CONFLICTOS PARA IDENTIFICAR,
INTERVENIR Y RESOLVER, DE
FORMA INDEPENDIENTE,
CONFLICTOS INTERPERSONALES
EN EL CASO DE SER NECESARIO

Política de remuneraciones

Para las diferentes categorías de trabajadores los salarios pagados están, de media, por encima de los sueldos del sector. En 2017 la relación entre salario inicial estándar establecido por MANGO y el salario según convenio fue de un 52% para España. En el caso del personal de estructura se revisan los sueldos según el desempeño y desarrollo profesional de cada trabajador dos veces al año. En cuanto al equipo de puntos de venta, el sistema se basa en un sueldo fijo y otro variable en función de la facturación del punto de venta.

Todos los empleados, tanto a jornada completa como parcial, tienen los mismos derechos y beneficios sociales.

La política de remuneraciones de MANGO sigue el principio de igualdad entre géneros, no habiendo diferencias entre el salario percibido por una mujer y el percibido por un hombre, dentro de una misma categoría laboral.

El periodo mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en el convenio colectivo, es de quince días.

Implicados con el empleo juvenil y la integración de personas vulnerables

Apoyamos a estudiantes, completando su formación mediante la realización de prácticas en MANGO. En 2017 incorporamos 354 becarios tanto a la sede central como a nuestros puntos de venta en España, de los que el 22% fueron finalmente contratados, en colaboración con diferentes centros y universidades.

Desde 2008 colaboramos con el Centro Especial de Empleo Fundación CARES para crear puestos de trabajo para personas con discapacidad o en riesgo de exclusión. En 2017, 236 personas trabajaron en nuestras instalaciones; un 46% forman la plantilla estable y el resto, se incorpora en las campañas promocionales para pasar a formar parte de la plantilla fija a medida que se crean nuevos puestos. De la plantilla estable un 92.6% tiene alguna discapacidad psíquica, física o trastorno mental diagnosticado. La actividad se enmarca en la preparación de los pedidos de eCommerce que enviamos a todo el mundo. www.fundacioncares.com

354

BECARIOS
INCORPORADOS
EN 2017

22%

DE LOS BECARIOS
FUERON
CONTRATADOS

Apostamos por la promoción interna

Una gran mayoría de los directivos y responsables de equipos provienen de la promoción interna, fruto de una política decidida en este sentido y de un equipo humano motivado, flexible y capaz de asumir nuevas responsabilidades.

PROMOCIONES

159

EMPLEADOS EN LA
SEDE CENTRAL

1.519

EMPLEADOS EN LOS
PUNTOS DE VENTA

MEJORA CONTINUA DE LA SEGURIDAD EN EL *ENTORNO LABORAL*

Los objetivos de nuestra Política de Seguridad y Salud de MANGO son el desarrollo y la promoción de estrategias que mejoren las condiciones de trabajo para la salud física, psíquica y social de los trabajadores, así como favorecer y consolidar buenos hábitos de trabajo.

La gestión de la prevención de riesgos laborales de MANGO queda establecida en el Plan de Prevención e integrada en el sistema general de gestión de la empresa. El plan recoge el compromiso de proporcionar un entorno de trabajo seguro y saludable para los trabajadores y colaboradores, y define los objetivos y procedimientos para conseguirlo.

Como resultado de este compromiso, MANGO se adhirió a la Declaración de Luxemburgo en junio de 2017 que contribuye a fomentar el desarrollo individual y promover la participación activa de las personas mejorando así las condiciones de trabajo.

	ESTRUCTURA	PUNTO DE VENTA
NÚMERO DE ACCIDENTES EN RELACIÓN AL NÚMERO DE EMPLEADOS	0,002	0,012
DURACIÓN MEDIA DE LAS BAJAS (DÍAS)	20,00	20,51
TASA DE ABSENTISMO	3,88%	5,11%
TASA DE ABSENTISMO EN LOS PUNTOS DE VENTA PROPIOS EN EL EXTRANJERO		6,10%



8.274

PERSONAS EN **PUNTOS
DE VENTA** FORMADAS
EN PREVENCIÓN DE
RIESGOS LABORALES

741

PERSONAS EN **EN
ESTRUCTURA** FORMADAS
EN PREVENCIÓN DE
RIESGOS LABORALES

OPORTUNIDADES DE FORMACIÓN Y *DESARROLLO PROFESIONAL*



Nuestra política de formación y desarrollo permanente tiene por objetivo apoyar la consecución de los objetivos estratégicos del negocio. Para ello contamos con un departamento de Formación y Desarrollo que potencia aquellos aspectos necesarios, tanto en conocimientos técnicos como en habilidades profesionales.

Las acciones formativas se desarrollan por todo el mundo en el área de Retail y el área de formación de la sede central. El Plan de acogida on the job “Diseña tu futuro en MANGO” y las entrevistas de evaluación y desarrollo anuales ayudan a los responsables a desarrollar y acompañar de forma constante a cada persona de su equipo.

En 2017 hemos continuado reforzando el rol de los líderes con un Plan de Desarrollo Directivo para aquellas promociones a puestos de responsabilidad.

Reconocemos la importancia de rol de responsable como un aspecto clave para la excelencia profesional y para el desarrollo de las personas. Los eventos formativos y el acompañamiento personalizado son las herramientas para la adaptación a esta nueva situación.



2.103

PARTICIPANTES EN
ACCIONES FORMATIVAS



20.907

HORAS DE FORMACIÓN

Fomentamos el desarrollo del talento interno

La gestión del talento interno es un eje estratégico para facilitar y potenciar el crecimiento y desarrollo de los empleados, situándolos en el centro de la acción. Los principales proyectos impulsados en 2017 son:

PROCESO DE EVALUACIÓN Y DESARROLLO

Hemos consolidado el uso de una nueva herramienta de evaluación online que permite medir la aportación de valor de los empleados para saber identificar y desarrollar el talento en cada área. Así potenciamos la gestión del talento a partir de la información obtenida de los procesos de evaluación y damos respuesta a las inquietudes de desarrollo y crecimiento en nuestros equipos.

TALLER DE COHESIÓN DE EQUIPOS

Se basa en el trabajo grupal a través de diferentes dinámicas participativas. Busca implementar planes de acción concretos para mejorar la cohesión de equipo y reforzar el sentimiento de pertenencia a MANGO.

COACHING Y MENTORING

Los procesos de *coaching* son encuentros estructurados para ayudar al coachee-colaborador a desarrollarse en un área específica. La agenda del coaching se focaliza en trabajar temas muy concretos dirigidos al rendimiento de un colaborador en su puesto de trabajo. Para ello se establecen objetivos concretos y un plan de acción para alcanzarlos. Los procesos de *mentoring* están dirigidos a un desarrollo más general, focalizando en cuestiones más estratégicas y el desarrollo a largo plazo. La agenda de *mentoring* es muy flexible, ya que se centra en ir respondiendo a necesidades y resolución de desafíos que emergen en la vida profesional del *mentee*.

GESTIÓN DEL CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN

Hemos ayudado a diferentes equipos a hacer un diagnóstico de su situación actual. Con estos equipos se han desarrollado una serie de iniciativas para ayudarles a acercarse a su visión/situación deseada con el objetivo de ganar en productividad, satisfacción y mejorar sus resultados como equipo.

INICIATIVAS DE DESARROLLO NUEVAS OPORTUNIDADES

Trabajamos para el desarrollo de profesionales en su proceso de cambio de puesto y responsabilidades de trabajo para ayudarles a asumir de manera exitosa los nuevos retos y oportunidades profesionales.

PÍLDORAS FORMATIVAS

Desarrolladas internamente, su objetivo es atender a las necesidades específicas de nuestros empleados con temas como selección, liderazgo, feedback, gestión de equipos, motivación y auto-liderazgo.

NUEVAS INICIATIVAS FORMATIVAS

PROGRAMA DE DESARROLLO DE LIDERAZGO

Su objetivo es incrementar el autoconocimiento y la autogestión, identificar la imagen y creencias sobre lo que supone ser líder, potenciar las conversaciones de desarrollo mediante Feed-back y Feed-forward, además de generar habilidades de dirección para potenciar las funcionalidades del equipo y sostener su contribución a la organización.

MINDFULNESS PARA LA AUTOGESTIÓN

Orientado a mejorar la relajación del cuerpo y la mente además de la gestión de nuestros pensamientos para reducir el nivel de estrés.

Los empleados incrementan sus niveles de bienestar, reduciendo el estrés y la ansiedad, construyendo relaciones positivas con su entorno, desarrollando una inteligencia emocional que le permite regularse ante cualquier experiencia así como un incremento de la empatía hacia los demás y los objetivos comunes.



LA CADENA DE SUMINISTRO

Promovemos la creación de alianzas con organizaciones clave que garanticen una gestión eficiente y responsable de la cadena de suministro. Con la creación de estos vínculos pretendemos marcar una diferencia en el futuro de la empresa buscando la alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



GESTIÓN EFICIENTE Y RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Dentro del Plan TAKE ACTION 2017-2020 se fijaron objetivos específicos en relación a la gestión eficiente y responsable de la cadena de suministro, entre los que destacan, mejorar la trazabilidad, aumentar el alcance de las auditorías sociales así como a otra tipología de proveedores, promover alianzas estratégicas con otras organizaciones y reforzar nuestro compromiso de transparencia con los grupos de interés.

La colaboración con nuestros proveedores es a largo plazo, existiendo un diálogo permanente, análisis y planificación conjunta de todos los aspectos de la producción, así como del control de calidad.

SISTEMA 1: En este sistema MANGO se encarga del diseño del producto, mientras que la compra de materias primas y la fabricación son responsabilidad del proveedor.

SISTEMA 2: En este caso, todas las materias primas que componen la prenda son adquiridas por MANGO para posteriormente ser enviadas a los proveedores para su confección.

Las características de los proveedores son exactamente iguales en los dos sistemas de producción. El utilizar un sistema u otro depende, fundamentalmente, de factores geográficos (proximidad) y técnicos (especialización en la producción).

COMPRAS A PROVEEDORES SEGÚN SISTEMA DE PRODUCCIÓN

24%
SISTEMA 2

76%
SISTEMA 1



Perfil de nuestros proveedores

Los proveedores pueden trabajar con más de una fábrica para la producción de nuestras colecciones. Algunas de ellas pueden utilizarse de forma discontinua en el tiempo en función de las características del producto.

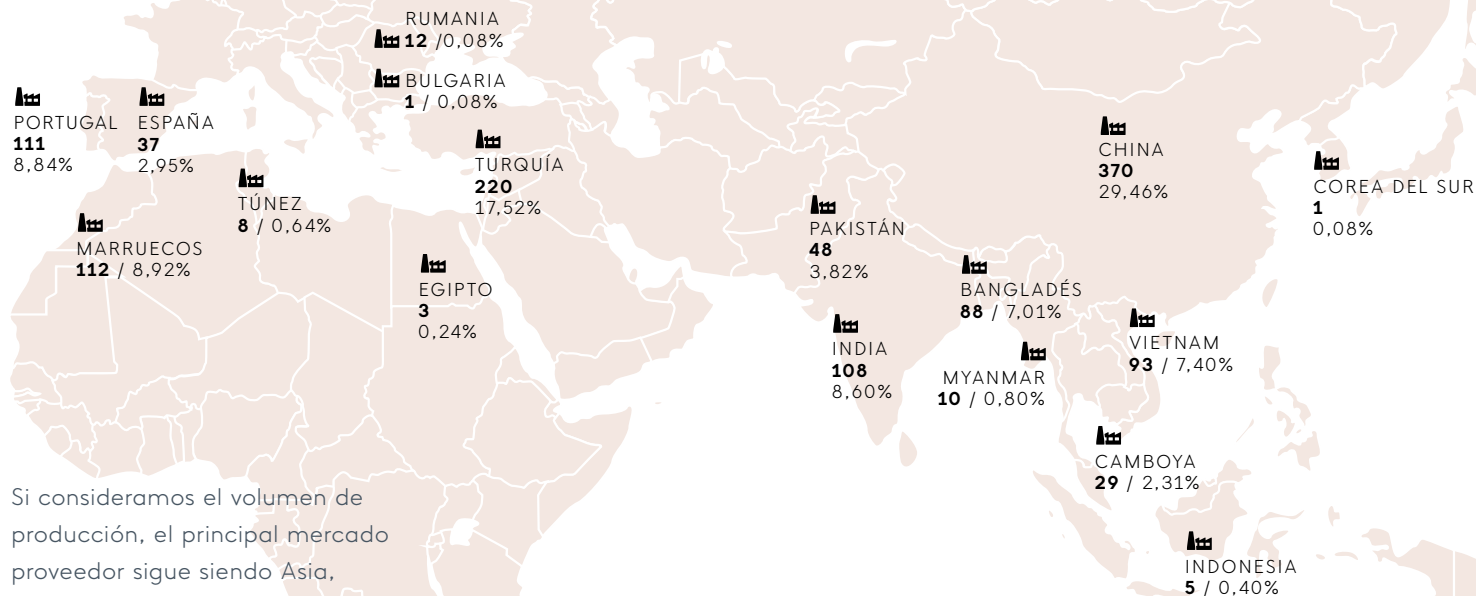
Según el tipo de producto los distinguimos entre proveedores de prenda y de complementos (calzado, marroquinería, bisutería, cinturones, gafas, etc).

MANGO no tiene participación directa ni indirecta con ningún fabricante de prendas o complementos. Asimismo, ninguno de ellos trabaja en exclusiva para nuestra organización.

Anualmente, facilitamos a los sindicatos nacionales con los que colaboramos la lista de fábricas de prendas y complementos con las que trabajamos.

Todas nuestras prendas y complementos están etiquetadas indicando el país en el que han sido confeccionadas.

FÁBRICAS DE PRODUCCIÓN POR PAÍS



Si consideramos el volumen de producción, el principal mercado proveedor sigue siendo Asia, mayoritariamente China, seguido de Bangladés y Vietnam. Marruecos ocuparía el cuarto lugar como principal país africano. Éste sigue siendo un país fundamental para MANGO ya que llevamos años trabajando con proveedores de este país siendo de los más estables a lo largo de los años. Turquía, Portugal y España también forman parte de los diez primeros países en los que MANGO se sirve contribuyendo así a fomentar la producción en mercados próximos.

1.256

FÁBRICAS UTILIZADAS

40%

DE LAS FÁBRICAS EN PAÍSES PRÓXIMOS A ESPAÑA (EUROPA, MARRUECOS, TÚNEZ Y TURQUÍA)



607

PROVEEDORES DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS

492 PROVEEDORES DE PRENDA
115 PROVEEDORES DE COMPLEMENTOS
156 NUEVOS PROVEEDORES



136.292.413

PRENDAS Y COMPLEMENTOS FABRICADOS PARA MANGO



PROVEEDORES ALINEADOS CON *NUESTROS COMPROMISOS*

Dentro de MANGO, el departamento de Supplier Management & Sourcing colabora junto a RSC, calidad, equipos de compras y otros departamentos implicados, en la selección de nuevos proveedores mediante un análisis y una verificación previa de los centros de producción para asegurar que se cumplen las exigencias de MANGO en todos los ámbitos antes de la confirmación de pedidos.

Priorizamos consolidar relaciones de confianza con proveedores cuyos modelos de conducta sean coherentes con nuestros compromisos de responsabilidad social corporativa con el propósito de infundir y garantizar buenas prácticas desde el punto de vista laboral, social y ambiental en la cadena de suministro.

El Código de Conducta social, laboral y ambiental para fabricantes de prendas y complementos para el Grupo MANGO es un requisito indispensable de obligado cumplimiento ya que se incluye en el contrato comercial. Este Código está basado en los principios y filosofía del Pacto Mundial de Naciones Unidas, así como en los principios estipulados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Convenio de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño. Asimismo, se incluyen todos los convenios y recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de aplicación (en particular los convenios: 1, 29, 75, 81, 87, 98, 100, 105, 111, 122, 131, 135, 138, 154, 155, 159, 177, 182 y 183, y las recomendaciones: 35, 90, 111, 143, 146, 164, 168, 184 y 190).

El Código de Conducta social, laboral y ambiental para fabricantes de prendas y complementos para el Grupo MANGO es un requisito indispensable de obligatorio cumplimiento ya que se incluye en el contrato comercial.

Código de Conducta social, laboral y ambiental para fabricantes de prendas y complementos para el Grupo MANGO

1. TRABAJO INFANTIL

Los fabricantes no utilizarán trabajo infantil de acuerdo con los criterios establecidos en los convenios de la OIT. Asimismo, nuestra política sobre el trabajo de menores se basa en el convenio de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño.

2. TRABAJOS FORZADOS Y OBLIGATORIOS

Los fabricantes no utilizarán ningún tipo de trabajo forzado y obligatorio.

3. SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Los fabricantes garantizarán a sus empleados un lugar de trabajo seguro (prevención de incendios, maquinaria, etc.) y saludable (luz, ventilación, condiciones higiénicas, etc.) cumpliendo, asimismo, con todo lo exigido en la legislación que sea de aplicación en esta materia. De igual forma garantizarán que estas condiciones sean extensivas, en el caso de ser aplicable, a todas las instalaciones

destinadas a sus empleados. Por otro lado, en el caso de los fabricantes de prendas vaqueras, no se utilizará la técnica de desgastado denominada *sandblasting* consistente en un chorro de arena a presión, debido al riesgo que tiene sobre la salud de los trabajadores que la realizan.

4. LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

Los fabricantes respetarán el derecho de sus empleados a asociarse, organizarse o negociar colectivamente sin que sufran por ello ninguna clase de sanción.

5. DISCRIMINACIÓN

Los fabricantes no realizarán ningún tipo de discriminación en las prácticas laborales y de contratación por motivos de raza, nacionalidad, religión, discapacidad, sexo, edad, orientación sexual, asociación o afiliación política o cualquier otra situación.

6. MEDIDAS DISCIPLINARIAS, ACOSOS Y ABUSOS

Los fabricantes no harán uso de castigos corporales, así como de abusos físicos o

psicológicos y/o cualquier otra tipología de acoso.

7. HORARIO DE TRABAJO

Los fabricantes acatarán la legislación aplicable y las reglas de su industria en materia de horas trabajadas. Las horas extraordinarias deberán ser siempre voluntarias y adecuadamente retribuidas.

Si se realizan horas extraordinarias, se aceptará un máximo de dos horas por día. En el caso de que se produzcan condiciones excepcionales de forma puntual cabe la posibilidad de modificar este límite aceptando aquellas situaciones que, con las características anteriormente descritas, y siendo razonables y lógicas, se realicen siempre de mutuo acuerdo con el trabajador no superando nunca el máximo anual de horas extraordinarias totales al año previstas en la legislación.

8. REMUNERACIONES

Los fabricantes garantizarán que los salarios cumplan rigurosamente con

todas las leyes. Asimismo el salario mínimo legal se interpretará como tal mínimo, pero no como un nivel recomendado.

9. SUBCONTRATACIÓN

Los fabricantes sólo pueden realizar las producciones en aquellas fábricas autorizadas y verificadas por MANGO.

10. MEDIO AMBIENTE

Toda la actividad de los fabricantes, se realizará de manera respetuosa con el medio ambiente cumpliendo, asimismo, la legislación y reglamentación prevista. Todos los fabricantes deberán suscribir el documento de compromiso de restricciones sobre productos químicos de MANGO.

11. CUMPLIMIENTO DE LA LEGALIDAD VIGENTE

Los fabricantes deberán también cumplir la legislación aplicable en todo lo no previsto en los puntos anteriores.

12. OTROS ASPECTOS

COMUNICACIÓN

Una copia de este código deberá estar expuesta en las principales entradas y salidas del personal en las instalaciones del fabricante, tanto en inglés como en el idioma local. La citada copia ha de incorporar un email de contacto del departamento de RSC de MANGO por si cualquier trabajador necesitara o quisiera hacer uso del mismo.

ÁMBITOS DE APLICACIÓN

Todos los puntos anteriormente expuestos son de aplicación obligatoria para todos aquellos fabricantes con los que trabaja MANGO. Para poder alcanzar este objetivo, los fabricantes autorizarán a MANGO a realizar por sí mismo o por medio de terceros, revisiones para el seguimiento de la aplicación de este código. Además facilitarán a los supervisores el acceso a la documentación y a todos los medios necesarios para este fin. Estas auditorías se podrán realizar de forma programada o sin previo aviso.

ACEPTACIÓN Y COMPROMISO POR PARTE DE LOS FABRICANTES

Todos los fabricantes aceptarán y se comprometerán a cumplir todos los puntos especificados en este Código, y posibles actualizaciones posteriores, firmando y sellando todas las hojas en un ejemplar que estará siempre disponible en la organización MANGO.

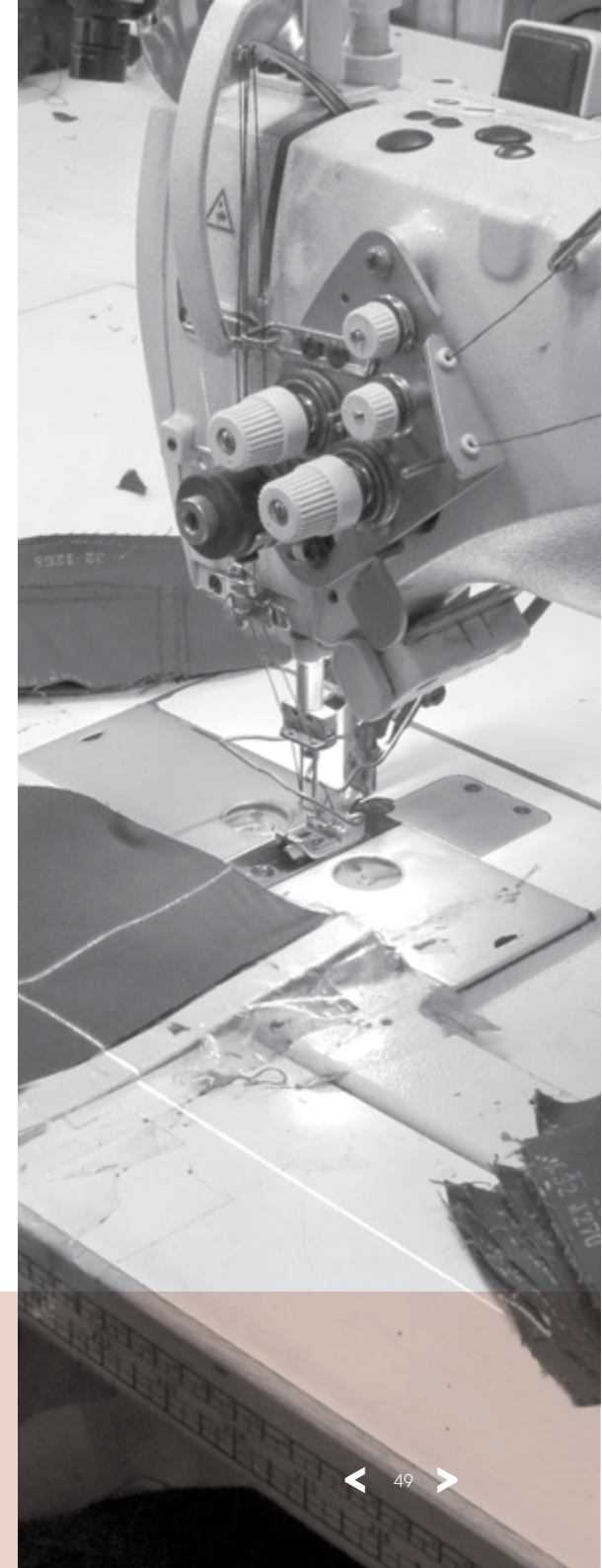
VERIFICACIÓN

Se verificará de forma periódica la aplicación del Código en las diferentes fábricas e instalaciones de los proveedores de forma interna y externa, dicha verificación se podrá realizar conjuntamente con otras organizaciones.

ACCIONES CORRECTORAS

Cualquier situación que suponga el no cumplimiento de los puntos antes reseñados, implicará su corrección por parte del fabricante, para lo que se establecerá un periodo no superior a seis meses. Cabe señalar que MANGO participará en las citadas acciones correctoras dando su apoyo técnico. En el caso de que no se hubieran aplicado las correcciones dentro del periodo referido o se diera el caso de situaciones graves de emergencia social u otros aspectos significativos y los fabricantes no tomaran las medidas necesarias para su corrección inmediata, el grupo MANGO cancelará cualquier relación con el referido fabricante.

Email de contacto: lg_rsc@MANGO.com





Trazabilidad de la cadena de suministro

Año tras año seguimos mejorando las herramientas internas de gestión en relación a la información de fábricas de producción para seguir avanzando en la mejora de la trazabilidad de nuestra cadena de suministro.

Nuestra política de control y las características de la producción implican la no subcontratación de la

fabricación de las prendas y complementos por parte de los fabricantes. La subcontratación es la derivación a una tercera empresa de parte de la producción sin conocimiento ni autorización de MANGO. A pesar de que todos nuestros proveedores tienen unificado el proceso de producción, en ocasiones existen procesos especiales de los que algún proveedor puede no disponer y que se realizan en otras empresas especializadas, como por ejemplo el

bordado, estampado, lavado, etc. En estos casos, estas producciones y fábricas son conocidas y autorizadas por MANGO.

En 2017 se iniciaron las auditorías de trazabilidad. Estas auditorías consisten en visitas sin anunciar a las fábricas por parte de los equipos de MANGO para asegurar que la producción de cada una de las colecciones se realiza en las fábricas previamente declaradas y aprobadas por la marca.

Control de calidad

Atendiendo a las características de nuestro sistema de producción, disponemos de equipos de control de calidad que visitan periódicamente las fábricas, realizando tanto un control de la calidad como de cualquier otro aspecto relacionado con la fabricación. Los técnicos, a la vez que realizan este seguimiento, observan que no se produzca ningún incumplimiento de nuestro Código de Conducta.

Auditorías sociales

Nuestra herramienta básica para controlar la implementación del Código de Conducta de MANGO son las auditorías sociales externas, que se realizan en los centros de producción de los proveedores. Estas auditorías pueden ser iniciales (en caso de una fábrica nueva), de seguimiento (para la revisión de no-conformidades específicas) o de mantenimiento (cada uno o dos años dependiendo del país).

LAS AUDITORÍAS SOCIALES INICIALES CONSTAN DE LOS SIGUIENTES PASOS:

- › Entrevista con los responsables y/o propietarios de las fábricas
- › Revisión exhaustiva de las instalaciones de la fábrica
- › Selección de una muestra de trabajadores a los que se les realiza una entrevista
- › Revisión de los documentos pertinentes
- › Reunión de cierre

**EN CASO DE EXISTIR
REPRESENTANTES SINDICALES
EN LAS FÁBRICAS, TODO
ESTE PROCESO SE REALIZA
CONJUNTAMENTE CON ELLOS.**



189

AUDITORÍAS EL 2017
DENTRO DEL MARCO
DE BSCI

429

AUDITORÍAS SOCIALES
EXTERNAS DEL CÓDIGO
DE CONDUCTA DE MANGO

373

INICIALES

56

DE SEGUIMIENTO

Nuestras herramientas internas de gestión nos permiten acceder de forma rápida y actualizada a la base de datos de las fábricas de producción de nuestros proveedores. Todos los proveedores deben declarar sus fábricas de producción y asignarlas a cada una de las colecciones confirmadas. De esta manera, todos los departamentos implicados en el proceso, como calidad, equipos de compras y RSC tienen acceso a esta información.

El pasado julio del 2017, MANGO se adhirió a amfori, la principal asociación comercial global dedicada al comercio abierto y sostenible. Con amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) trabajamos conjuntamente en mejorar el rendimiento social de nuestra cadena de suministro. Ser miembro de amfori implica la adhesión al Código de Conducta de BSCI que se basa en los mismos principios que el Código de Conducta de MANGO.

Amfori es un socio clave para MANGO para mejorar la trazabilidad así como para optimizar los esfuerzos en la realización de auditorías. Muchas de las fábricas que producen colecciones MANGO ya forman parte de BSCI y se prevé que siga aumentando el número de fábricas dentro de este sistema.

Utilizar la plataforma BSCI y trabajar conjuntamente con otras marcas miembros tiene ventajas como aumentar el poder de negociación con la fábrica, optimizar costes y reducir la fatiga de auditorías por parte de las fábricas.

Para obtener más información, visite www.amfori.org.

Las auditorías externas realizadas en los centros productivos son llevadas a cabo por distintas empresas auditoras de primer nivel. Además, en ciertas ocasiones, el equipo de auditoría interna de RSC se une a las auditorías externas o realiza por su parte el seguimiento de algún aspecto en concreto del Código de Conducta.

Como cada año, representantes de la Secretaría Internacional de Industria de CC.OO. realizaron visitas conjuntas a algunas fábricas en Asia. El principal objetivo de estas visitas es comprobar la progresión de la situación de los trabajadores en las fábricas de producción textil y conocer de primera mano el papel de la representación sindical en las mismas.

amfori 
Trade with purpose

AUDITORÍAS INICIALES SEGÚN ÁREA GEOGRÁFICA:

PAÍS	FÁBRICAS AUDITADAS	%AUDITORÍAS
TURQUÍA	155	27,6%
CHINA	142	25,3%
BANGLADÉS	71	12,6%
INDIA	56	10,0%
VIETNAM	36	6,4%
MARRUECOS	33	5,9%
PAKISTÁN	18	3,2%
ESPAÑA	16	2,9%
CAMBOYA	14	2,5%
MYANMAR	14	2,5%
PORTUGAL	4	0,7%
INDONESIA	1	0,2%
RUMANIA	1	0,2%
TÚNEZ	1	0,2%
TOTAL GENERAL	562	100,0%

Auditorías a otros proveedores

En 2017 se ha realizado un proyecto piloto de verificación de la implementación del Código de Conducta de MANGO en centros de producción de proveedores distintos a los de producto final. Se han evaluado los centros productivos de nuestros principales proveedores de perchas, maniqués y artículos de interiorismo en China.

Evaluación de resultados

Después de la realización de la auditoría social se evalúan los resultados siguiendo el protocolo de homologación de centros de producción de MANGO.

MANGO aplica una política de tolerancia cero si se da alguna situación de trabajo infantil, trabajo forzoso, riesgo grave para la salud de los trabajadores, trabajadores extranjeros en situación irregular o comportamiento poco ético.

En el caso de que se detecte un incumplimiento del Código de Conducta se concreta el plan de acción y un calendario que determinará la posterior revisión en las auditorías de seguimiento de las no conformidades. Si no se han tomado acciones correctivas adecuadas para su resolución o hay deficiencias importantes, se toman las medidas oportunas con la fábrica y/o proveedor. De todas las auditorías realizadas solo se rechazaron las fábricas en un 1,3% de los casos.

Gran parte de los incumplimientos encontrados en las auditorías se concentran en los siguientes ámbitos: horario de trabajo, salud y seguridad en el trabajo y remuneraciones.

En cuanto al trabajo infantil cabe destacar que no se han encontrado trabajadores menores de 15 años trabajando en las fábricas de los proveedores de MANGO. Los incumplimientos encontrados en este punto corresponden a no tener establecida una política contra el trabajo infantil.

En el caso de alguna incidencia que haya sido notificada por parte de un sindicato local, el análisis y la resolución de la misma es realizada de forma conjunta entre MANGO, el sindicato y las organizaciones implicadas con las que tenemos un acuerdo en materia de RSC.

En muchas ocasiones los incumplimientos detectados se deben al desconocimiento del proveedor, por lo que se han desarrollado programas de formación específicos a los proveedores en origen.

Formación a proveedores

En 2017 MANGO ha empezado un programa de formaciones en origen impartidas directamente por el equipo de RSC donde han sido invitados todos los proveedores y responsables de fábrica de dos de nuestros principales países de producción. Se realizaron dos formaciones en India (Delhi y Bangalore) y tres en China (dos en Shangái y una en Guangzhou). Uno de los objetivos de éstas es abrir un canal de diálogo directo con los proveedores para debatir sobre los procedimientos internos, aclarar dudas y recibir propuestas. Para el próximo año se ha previsto la realización de formaciones en Bangladés y en Turquía. El feedback recibido es muy positivo y el plan es seguir apostando por este formato en origen.

Además, los nuevos proveedores de MANGO visitan nuestra sede central para recibir formación por parte de todos los departamentos implicados en el proceso de la producción de las colecciones. El departamento de RSC les imparte directamente formación sobre la implantación y seguimiento del Código de Conducta.

Alianzas

Para MANGO las alianzas con otras organizaciones son clave para asegurar una gestión eficiente y responsable de su cadena de suministro. La estrategia es seguir apostando por las alianzas para la consecución de nuestros objetivos en línea también con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.





Acuerdo sobre seguridad de los edificios y de instalaciones contra incendios en Bangladés

Acuerdo independiente y jurídicamente vinculante entre marcas, sindicatos y ONG diseñado para conseguir una industria de prendas de vestir segura en Bangladés. El Acuerdo monitorea la remediación de más de 1.600 fábricas con más de 100 ingenieros que realizan hasta 500 inspecciones de seguimiento cada mes. Cada fábrica cubierta por el Acuerdo se inspecciona aproximadamente una vez cada tres o cuatro meses. La secretaría por su parte lleva a cabo reuniones de revisión de remediación específicas con las empresas signatarias para identificar las fábricas de alta prioridad donde hay que acelerar el proceso de remediación.

EN EL ÚLTIMO AÑO, LAS FÁBRICAS DE MANGO INSPECCIONADAS POR LOS EXPERTOS DEL ACUERDO, REFLEJAN UN PROMEDIO DE CORRECCIÓN DEL 83%.

Recientemente MANGO anunció su compromiso de seguir con la labor del Acuerdo firmando el nuevo *Transition Accord* que supone la ampliación a tres años, lo que contribuirá a completar los planes de remediación en su totalidad. Para más información consulte www.bangladeshaccord.org.

Derechos humanos y principios rectores

El denominado Marco Ruggie de proteger, respetar y remediar aporta recomendaciones prácticas para incorporar este enfoque de derechos humanos que son de aplicación para las empresas. En MANGO estamos desarrollando mecanismos de gestión internos que nos sirvan como herramientas de medición y evaluación en la aplicación de los derechos humanos en todos nuestros ámbitos de actuación internos y externos. En la misma línea estamos trabajando para mejorar los canales de comunicación con nuestros grupos de interés.

Nuestro sistema de auditorías y planes de remediación son la base fundamental para la implementación de los Principios Rectores de la ONU sobre las empresas y los derechos humanos en la cadena de suministro.

MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD

Somos conscientes de nuestra responsabilidad con el medioambiente y por ello velamos por reducir el impacto en él. Por este motivo nos hemos propuesto aumentar la proporción de fibras sostenibles en nuestros productos: en los próximos años queremos que el 50% del algodón de nuestras prendas sea de origen sostenible.



HACIA UNA MODA MÁS SOSTENIBLE

Objetivo: 50% de algodón sostenible en 2022

MANGO apuesta por el uso de fibras sostenibles y formaliza este compromiso en el plan TAKE ACTION de RSC 2017-2020.

El objetivo de la empresa es ir aumentando la proporción de fibras sostenibles en sus colecciones. Por este motivo MANGO se compromete a que en 2022, el 50% de su algodón sea de origen sostenible, promoviendo su cultivo y uso.

MANGO SE UNE AL BETTER COTTON INITIATIVE

En línea con este objetivo, MANGO ha dado los pasos necesarios para unirse al **Better Cotton Initiative** (BCI) para fortalecer su compromiso de dar apoyo al algodón sostenible. Al unirse a esta iniciativa, MANGO se compromete a apoyar las buenas prácticas dentro del sector algodonero y promover la adquisición de algodón cultivado de manera más sostenible. La adhesión de MANGO al BCI se ha formalizado en febrero 2018.

COLECCIÓN COMMITTED Y TAKE ACTION

El lanzamiento de la colección de moda MANGO Committed representa el primer paso público de MANGO hacia el compromiso del uso de 50% de algodón sostenible en 2022. La firma ha lanzado ya dos cápsulas Committed para mujer y hombre (primavera/verano, otoño/invierno 2017) con tonos neutros creando una colección atemporal y vanguardista.

Además, la colección Committed se produce en cercanía (España, Marruecos, Portugal, Turquía) con materiales sostenibles y pretende hacer visible el compromiso de MANGO con la sostenibilidad.

La colección Committed no pretende ser una única iniciativa de moda sostenible. El objetivo de la empresa es ir aumentando la proporción de todo tipo de fibras sostenibles en sus colecciones. Estas prendas, que incorporan fibras o criterios de producción sostenibles y que forman parte de la colección general de MANGO, se identifican bajo el nombre TAKE ACTION.





1117.672.237 m²

DE FIBRAS UTILIZADAS

55%

FIBRAS QUÍMICAS
SINTÉTICAS

45%

FIBRAS DE ORIGEN
NATURAL

USO DE TEJIDOS Y FIBRAS SOSTENIBLES

Las prendas Committed y TAKE ACTION incluyen materiales como algodón orgánico, algodón reciclado, algodón de producción sostenible, polyester reciclado, lana reciclada, o TENCEL® entre otros. Todas las fibras sostenibles utilizadas en colecciones MANGO cuentan con certificaciones según estándares internacionales para acreditar su origen y características sostenibles. Los certificados más utilizados son el GOTS (Global Organic Textile Standard), OCS (Organic Content Standard), GRS (Global Recycled Standard) y RCS (Recycled Content Standard).

En 2017 MANGO ha producido más de 4 millones de prendas con características sostenibles. Esto supone un 3 % de toda la producción MANGO incluyendo todas sus líneas. MANGO espera duplicar este porcentaje en 2018.

Huella hídrica de un tejano estándar MANGO

Los tejanos son conocidos como una de las prendas cuya confección implica mayor consumo de agua. Con el objetivo de evaluar e incidir favorablemente en la reducción del uso de agua para la fabricación de tejanos, MANGO decidió elaborar un estudio de huella hídrica de esta prenda como parte de su plan TAKE ACTION.

El estudio tiene por objetivo conocer en detalle cuánta agua se consume a lo largo del proceso de fabricación de unos tejanos. Esta primera fase del estudio sirve como base para determinar los puntos con mayor potencial de reducción y/o aprovechamiento del agua utilizada para la producción de estas prendas así como otras similares.

El cálculo de esta huella hídrica tiene en cuenta el uso de agua para la producción de unos tejanos desde el cultivo del algodón, la fabricación del tejido Denim, su confección, acabados y finalmente su envío a instalaciones y tiendas correspondientes. El estudio toma como referencia un tejano estándar MANGO producido en Marruecos.

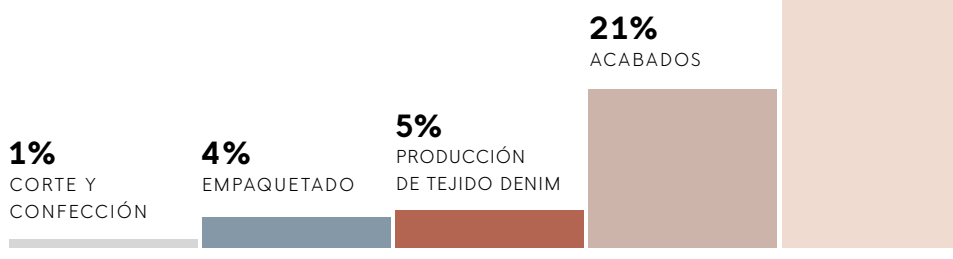
MANGO ha realizado este estudio en colaboración con la Cátedra MANGO de RSC y la Cátedra UNESCO de Ciclo de Vida y Cambio Climático, ambas de ESCI-Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.

RESULTADOS

La producción de un tejano estándar MANGO en Marruecos implica el consumo de **1,71 m³** (1.700 L) de agua teniendo en cuenta desde el cultivo del algodón hasta la llegada del tejano a tienda.



DISTRIBUCIÓN DE LA HUELLA HÍDRICA DE UN TEJANO MANGO PRODUCIDO EN MARRUECOS



Además, se ha elaborado y publicado, por parte de la Cátedra MANGO de RSC y la Cátedra UNESCO de Ciclo de Vida y Cambio Climático, una herramienta de cálculo simplificado para difundir la evaluación del uso de agua en el sector textil.

Para más detalles sobre este estudio de huella hídrica visitar la página web de la Cátedra de MANGO:

<http://mango.esci.upf.edu/DOCS/Manuals-i-guies/Huella-hidrica.pdf>

Compromiso DETOX

La iniciativa DETOX tiene como objetivo desafiar a las mejores marcas textiles para hacer los cambios necesarios, junto a sus proveedores, para eliminar las sustancias peligrosas a lo largo de la cadena de suministro de su producto antes del 1 de enero de 2020.

Conscientes de la importancia en la transparencia y el acceso a la información para asegurar este objetivo, ponemos a disposición del público a través de nuestra página web informes de seguimiento y progreso de la iniciativa, listas de sustancias restringidas tanto en producto como en fabricación e informes de resultados.

Siguiendo los mismos criterios de selección y pautas que en anteriores fases, en 2017 hemos llevado a cabo el muestreo de aguas de procesos húmedos de proveedores en China e India. En esta cuarta fase se han analizado procesos húmedos de aproximadamente el 22% y 24% de la producción en China e India respectivamente, lo cual representa un 8% de nuestra producción global. Éstos se suman al 16%, 26% y 38% de análisis de procesos húmedos realizados en años anteriores.

Para más detalles del proyecto y su progreso, consulte el apartado Empresa de la página web de MANGO:

<https://shop.mango.com/es>

TALLER DETOX A PROVEEDORES

Durante esta última etapa del proyecto MANGO DETOX, el departamento de RSC de MANGO ha organizado talleres de RSC para proveedores en origen con el objetivo de comunicarse directamente con ellos para reforzar las prioridades de RSC de MANGO, revisando temas de cumplimiento social y sostenibilidad, incluyendo el proyecto DETOX.

Los países seleccionados para este primer ciclo de talleres fueron China e India, ya que estos países incluyen a los principales proveedores de MANGO. En 2018 está previsto seguir con estos talleres en Bangladés y Turquía.

En diciembre de 2012 nos comprometimos con Greenpeace y su iniciativa DETOX y desde entonces mantenemos nuestra completa implicación para alcanzar este objetivo.

En línea con la economía circular

MANGO reconoce la necesidad de proyectos y acciones que ayuden la transición hacia una economía circular. Con el objetivo de ayudar la investigación hacia este fin, en 2017 MANGO ha colaborado con CREA FUTUR junto a 13 entidades públicas y privadas, en un proyecto denominado “Los ciudadanos y la economía circular”.

Este proyecto presenta dos objetivos:

- 1. Analizar los comportamientos, actitudes y percepciones de los ciudadanos españoles en relación a la sostenibilidad y la adopción de prácticas de economía circular.**
- 2. Identificar buenas prácticas en la administración pública y el sector privado de alrededor del mundo para acelerar la implantación de la economía circular.**

CREA FUTUR es una fundación privada promovida por la Generalitat de Catalunya y ESADE. Tiene el objetivo de identificar oportunidades futuras de negocio a través del análisis de las pautas de comportamiento presentes de los consumidores y de la previsión de cómo evolucionarán en un futuro.

Con proyectos como éste y el SECOND CHANCES (ver capítulo Nuestra relación con la sociedad y los clientes) MANGO pretende concienciar y colaborar en la transición hacia una economía circular.

Premio Foment i Treball

En noviembre de 2017 se le otorgó a MANGO el premio Carles Ferrer Salat de Foment i Treball en la categoría de Medio Ambiente. Este premio distingue a aquellas empresas que hayan realizado un cambio en un producto o servicio existente que conlleve mejoras en el comportamiento ambiental con respecto a alternativas similares. MANGO recibió este premio por iniciativas dentro del plan TAKE ACTION como el SECOND CHANCES para la recogida y reciclaje de ropa usada o la colección diseñado con fibras sostenibles Committed.

MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Valorización y mejoras en la gestión de los residuos

Contamos con un Plan Empresarial de Prevención de Residuos de Envases y Embalajes (PEP) en el marco del cual se establecen criterios para la reducción y optimización del uso de embalajes.

Nuestro compromiso con el medio ambiente y con el fomento de la economía circular nos lleva a realizar la recogida selectiva de los residuos generados en todas nuestras instalaciones y puntos de venta para que éstos puedan ser valorizados y reciclados. Los residuos generados son gestionados por empresas externas especializadas. MANGO está adscrito a los sistemas integrados de gestión de residuos establecidos en determinados países (sistemas punto verde).

Los residuos especiales (residuos asociados a la tecnología y mantenimiento de oficinas: tóner, fluorescentes, pilas, aerosoles, disolventes), que representan menos del 1% de los residuos generados, son debidamente gestionados según sus características.

TIPOLOGÍA	CANTIDAD	VÍA DE GESTIÓN
CARTÓN Y PAPEL	3.743 Tn	Reciclaje (V11)
BANAL	495 Tn	Gestión por un centro de recogida (T62)
MADERA	264 Tn	Reciclaje y reutilización (V15)
MEZCLAS VALORIZABLES	90 Tn	Recuperación (V99)
OTROS	39 Tn	Reciclaje y recuperación (V14, V41, V44)

Utilizamos cajas de material 100% reciclado o reciclable, sin elementos metálicos y con precintos de papel, así aseguramos el correcto y completo reciclado de las cajas cuando ya no están en condiciones para ser reutilizadas.

Consumo de recursos

OFICINAS Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

El compromiso con el medio ambiente también está presente en la planificación y en el diseño de las nuevas instalaciones mediante la aplicación de criterios de ecoeficiencia. Entre las principales medidas destaca la recuperación de energía en los robots de las naves, utilización de aguas pluviales para el riego sostenible o uso de materiales de baja transmisión térmica para impedir que el calor entre en la edificación.

Por otro lado, también ofrecemos un servicio de transporte gratuito para el personal de las diferentes instalaciones de la sede central. El transporte opera desde las ciudades cercanas más importantes y cubre todos los turnos y franjas horarias. Para adaptarnos a las necesidades del personal, se realizaron encuestas internas para consultar cuáles son las rutas y las zonas con más demanda. Este servicio supone un ahorro de emisiones indirectas asociadas al desplazamiento de personal.



32%

DE LOS EMPLEADOS UTILIZAN EL
SERVICIO DE TRANSPORTE GRATUITO

CONSUMO DE RECURSOS EN OFICINAS Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN



22.160 MWh

CONSUMO DE ELECTRICIDAD



2.812 MWh

CONSUMO DE GAS



35.714 m³

CONSUMO DE AGUA

CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD EN TIENDAS

Tenemos el compromiso de gestionar la actividad de las tiendas, ya sean propias o franquiciadas, de la manera más equilibrada y con el menor impacto ambiental posible.

Consumo de energía eléctrica puntos de venta propios

42.125 MWh
España

69.962 MWh
Extranjero

Consumo de energía eléctrica puntos de venta franquiciados

9.714 MWh
España

73.509 MWh
Extranjero

Iluminación

La iluminación mediante LEDs está implementada en el 100% de las tiendas nuevas y, progresivamente, se está aplicando en el resto de tiendas.

Incorporamos sistemas de control de iluminación fuera de las horas de apertura al público.

Climatización

Los equipos de climatización son de alto rendimiento en frío y calor para obtener una mayor potencia con menos consumo.

Cuando es aplicable, se instalan cortinas de aire en las entradas de las tiendas, generando una barrera térmica con el fin de conservar mejor la temperatura de la climatización.

Materiales

Apostamos por materiales menos agresivos para el medio ambiente, más perdurables y con un menor mantenimiento.

Cuando utilizamos parquet, estos tienen la certificación otorgada por la organización Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC) que asegura una gestión forestal sostenible.

Reutilización

Todos los trasposos de productos entre puntos de venta, así como las devoluciones a los almacenes centrales, se realizan en cajas de cartón reutilizadas.

Parte del mobiliario de los outlets proviene de otras instalaciones y las perchas de plástico que llegan a los puntos de venta con los envíos se reutilizan para las rebajas.

Bolsas

El 74 % de las bolsas comerciales MANGO son de papel. Estas bolsas que entregamos a los clientes son de papel reciclado o de papel certificado por la organización PEFC.

Las bolsas de plástico son todas de plástico reciclado y se utilizan únicamente en algunas tiendas outlet y rebajas.



CÁLCULO, COMPENSACIÓN Y REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GASES DE *EFEECTO* *INVERNADERO*

Cálculo de la huella de carbono

Realizamos el cálculo de la huella de carbono internamente utilizando una herramienta de cálculo propia diseñada para contemplar todos los factores relevantes asociados a las emisiones de MANGO.

En MANGO llevamos a cabo desde hace ocho años el estudio y cálculo completo de las emisiones de gases de efecto invernadero. Este estudio incluye todas las categorías de emisiones, según protocolos internacionales: alcance 1 (emisiones emitidas directamente por la empresa, como flota propia de vehículos), alcance 2 (emisiones indirectas asociadas a la generación de electricidad adquirida y consumida por la empresa) y alcance 3 (otras emisiones indirectas sobre las que la empresa no tiene control, como las emisiones asociadas a la cadena de producción y los desplazamientos de personal). En el cálculo se incluyen las emisiones de CO₂ desde la producción de materias primas y la confección de la prenda final, hasta la logística directa, abarcando así las emisiones desde la producción de las prendas, y su paso por almacenes hasta su destino final en los puntos de venta.

Para homogeneizar los efectos individuales de cada gas sobre el cambio climático, las emisiones de los diferentes gases de efecto invernadero se convierten en una “única moneda”: el CO₂ equivalente. Esta conversión se realiza a partir del “potencial de calentamiento” de los gases de efecto invernadero de Kyoto. Las emisiones de CO₂ equivalente se calculan a través de factores de conversión, actualizados anualmente por la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES) quien verifica este estudio y otorga a MANGO la etiqueta de CeroCO₂ de producción y logística. Todos los factores de emisión aplicados provienen de bases de datos internacionales y publicados (Ecoivent 3.2 y IEA).

Formamos parte, desde 2010, del programa Acuerdos Voluntarios promovido por la Generalitat de Cataluña. Este programa implica establecer un inventario anual de los gases emitidos a nivel nacional así como disponer de una política de reducción y, en su caso, de compensación de emisiones.

Emisiones de gases de efecto invernadero

0,5%
ALCANCE 1

26,6%
ALCANCE 2

72,9%
ALCANCE 3

376.789

TOTAL DE EMISIONES

Tn CO₂ eq



0,15%
GAS NATURAL
OFICINAS Y
ALMACENES
NACIONALES



1,24%
TRANSPORTE
MATERIAS
PRIMERAS



2,23%
ELECTRICIDAD
OFICINAS/
ALMACENES



2,94%
TRANSPORTE
DE PERSONAL



6,69%
ELECTRICIDAD
PRODUCCIÓN



11,81%
PRODUCCIÓN
MATERIAS
PRIMERAS



24,36%
ELECTRICIDAD
PUNTOS
DE VENTA



50,24%
TRANSPORTE
MERCANCÍAS

Tn CO₂ eq

Compensación de emisiones

Desde 2009, compensamos las emisiones generadas en nuestras oficinas y derivadas del transporte de personal. Escogemos proyectos de compensación cercanos a nuestras áreas de producción para así estimular el desarrollo sostenible en nuestras zonas de influencia. Las últimas emisiones compensadas corresponden a 2016 y ascienden a 20.390 Tn CO₂ eq. Estas fueron compensadas colaborando en los proyectos citados a continuación.



Todos los proyectos de compensación están tramitados con la certificación de compensación Clean CO₂.

PROYECTO 1

Planta hidroeléctrica Darica (Turquía)

Ubicado en el distrito de Mesudiye, provincia de Ordu en Turquía, tiene como objetivo suministrar alrededor de 99MW de electricidad renovable gracias a la fuerza del agua. Se estima que el proyecto genera unos 327.609 MWh anuales de electricidad reduciendo unas 209.722 Tn de CO₂. El proyecto tiene más beneficios, como la creación de empleo, la mejora de la eficiencia energética y expandir los servicios de salud y educación, entre otras, colaborando así a una transición hacia energías limpias y renovables.

PROYECTO 2

Micro centrales hidroeléctricas (China)

Consiste en un centenar de pequeñas y micro centrales hidroeléctricas, con una capacidad instalada de 0,5 a 15 MW cada una localizadas en las provincias de Sichuan, Chongqing, Yunnan y Guizhou. Estas mini centrales permiten producir energía libre de emisiones en zonas rurales y montañosas del suroeste de China. Las centrales utilizan saltos naturales de agua sin necesidad de un dique de contención para generar energía sostenible. Estas mini centrales permiten disminuir el uso de leña para la luz y calefacción resultando en una menor deforestación, erosión del suelo y mitigación de la contaminación atmosférica.

CALIDAD Y SEGURIDAD DE *NUESTROS PRODUCTOS*

Hemos desarrollado un estándar de sustancias químicas de obligado cumplimiento por parte de nuestros proveedores para garantizar que nuestros productos están libres de sustancias nocivas para la salud. Además, seguimos avanzando en nuestro compromiso para conseguir un vertido cero de productos químicos.



NUESTRO ESTRICTO CONTROL DE ESTÁNDARES DE *CALIDAD Y SEGURIDAD*

Los estándares de calidad y seguridad en MANGO son muy exigentes y se aplican en todas las fases del proceso de producción, desde el desarrollo del concepto de los artículos, la compra de los materiales y la fabricación hasta el consumo. Además, disponemos de procedimientos y normas que aseguran un cumplimiento estricto de la legislación aplicable y otras recomendaciones en la materia.



Control de sustancias nocivas

En MANGO hemos asegurado siempre el cumplimiento de toda la legislación que, en materia de sustancias nocivas, es de aplicación en los diferentes países donde comercializamos nuestros productos: prenda, calzado y todo tipo de accesorios.

Pero hemos querido dar un paso más creando un estándar de sustancias químicas de obligado cumplimiento por parte de nuestros proveedores para asegurarnos que nuestras prendas y complementos no contienen sustancias nocivas para la salud.

Desde 2001 tenemos implantado un sistema de control de sustancias nocivas que establece unos elevados estándares de calidad de nuestros proveedores y de

sus fábricas, que se reflejan en el producto final.

Todos nuestros proveedores firman un documento, como parte del contrato comercial, sobre la normativa de MANGO referente a la utilización de productos y sustancias químicas en la fabricación. Una vez iniciada la producción y antes de que se proceda a su embarque, se selecciona una muestra de cada modelo/color y se envía al laboratorio para su análisis.

El 100% de nuestras colecciones son analizadas según el estándar de MANGO referente a la utilización de productos y sustancias químicas.

A background image showing laboratory glassware, including a test tube and several beakers, with a pipette tip visible in the upper left corner.

INSTITUTO TECNOLÓGICO TEXTIL – AITEX

(www.aitex.org)

Es el laboratorio español de referencia que ha contribuido a la elaboración del estándar y en el que se realizan todos los análisis de las prendas para asegurar la homogeneización de los métodos de ensayo y facilitar la supervisión y gestión de resultados. Este laboratorio, de reconocido prestigio internacional, es el único laboratorio en España que forma parte de la organización suiza Oeko-Tex.

***Su cumplimiento es un
requisito indispensable
para poder trabajar como
proveedor de MANGO.***

ESTÁNDAR MANGO DE SALUD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO

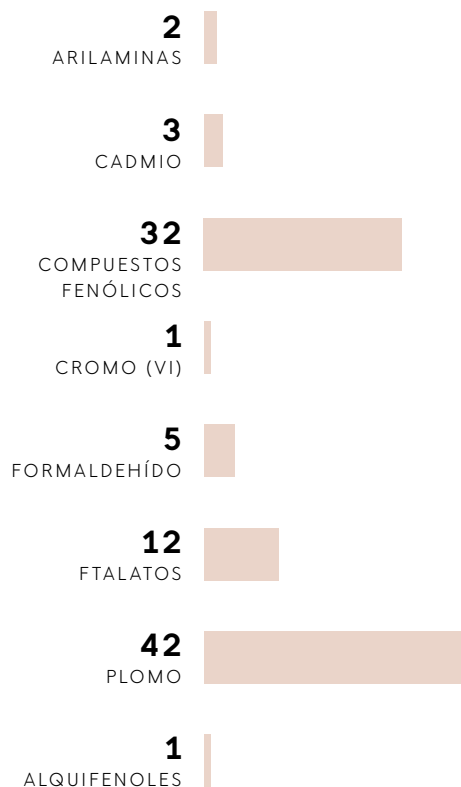
Este estándar, elaborado por el equipo de RSC en colaboración con técnicos de Aitex expertos en la materia, es un manual detallado sobre cada una de las sustancias que se analizan sobre el producto, además de las legislaciones que aplican, métodos de ensayo, toxicología, etc. Se revisa dos veces al año y se actualiza de acuerdo con los cambios en las legislaciones y otras recomendaciones de MANGO en materia de sustancias químicas. Los límites aplicados son los más restrictivos de la legislación vigente. Puede consultarse en la página web de la compañía. www.mango.com

Previamente al inicio de cada nueva temporada, todos nuestros proveedores reciben el estándar actualizado para que lo tengan presente a la hora de adquirir las materias primas para la producción final y de esta forma asegurar el producto ya desde el origen. Asimismo, existe un plan de formación a proveedores nuevos sobre los aspectos claves de este procedimiento.

PARÁMETROS	LIMITES APLICABLES	ÁREA DE APLICACIÓN	LÍMITES OBJETIVO	MÉTODOS DE ENSAYO
ALQUIFENOLES	100 ppm	Textiles y piel	0.2 ppm	Solvent Extraction, GC-MS (AP) & LC-MS (APEO) analysis.
ANTIMONIO	5 ppm	Textiles de poliéster	1.0 ppm	ISO 105-E04 acid perspiration extraction & ICP analysis.
ARILAMINAS (COLORANTES AZOICOS)	20 ppm	Todos los productos	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)
ARSÉNICO	No detectado (0.06 ppm)	Todos los productos	0.06 ppm	ISO 105-E04/ acid perspiration extraction & ICP analysis. (Extractable)
BENZENOS Y TOLUENOS CARRIERS	1.0 ppm	Textiles de poliéster, seda y lana	0.1 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
BIOCIDAS	No detectado (1.0 ppm)	Fibras textiles naturales	1.0 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
CADMIO	5 ppm	Textiles, excluyendo cuero sintético	1.0 ppm	EN 1122-2001/ Acid Digestion followed by ICP analysis. (Total)
	75 ppm	Piel sintética natural, productos de metal		
COLORANTES DISPERSOS ALÉRGICOS	50 ppm	Fibras sintéticas textiles	1.0 ppm	DIN 54231
COMPUESTOS FENÓLICOS (PCP, TECP)	0.05 ppm	Textiles y piel para bebés	0.02 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
	0.5 ppm	Textiles y piel > de 3 años		
COMPUESTOS ORGÁNICOS DE ESTAÑO (TBT, DBT, TPHT, DOT)	100 ppm	Productos textiles	0.5 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
CROMO (VI)	0.5 ppm	Productos de piel para bebés	0.5 ppm	DIN 53314-1996 UNE EN 17075:2008
	3 ppm	Productos de piel		
DIMETIL FUMARATO (DMFU)	No detectado (0.1 ppm)	Textiles y piel	0.1 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
FORMALDEHÍDO	16 ppm	Todos los productos textiles y de piel para bebés	5 ppm	Textiles: JIS L1041: 2000/ EN ISO 14184-1:2011 Leather: ISO 17226-1
	75 ppm	Todos los productos textiles y de piel, en contacto directo con la piel		
	300 ppm	Todos los productos textiles y de piel que no están en contacto directo con la piel		
FTALATOS	One: 500 ppm Sum ≤ 1000 ppm	Artículos de PVC, plástico flexible y estampados plastisol	0.3 ppm	CEN-ISO-TS 16181, TS 16181 EN 15777, EN 14372 Solvent Extraction & GC-MS analysis.
PARAFINAS CLORADAS DE CADENA CORTA	No detectado (100 ppm)	En textiles y piel	0.3 ppm	Solvent Extraction & GC-CE analysis.
PESTICIDAS	No detectado (0.05 ppm)	Fibras naturales textiles y de piel	0.05 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
PFCS (PERFLUOROCARBONOS)	1 µg/m² PFOS	Productos textiles	0.001 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
	Others: 0.1 ppm			
PLOMO	5 ppm	Productos textiles excluyendo piel sintética	1.0 ppm	EN 1122-2001/ Acid Digestion followed by ICP analysis. (Total)
	90 ppm	Piel sintética, piel natural y metales		
MERCURIO	No detectado (0.006 ppm)	Todos los productos	0.006 ppm	ISO 105-E04 acid perspiration extraction & ICP analysis. (Extractable)
NÍQUEL	No detectado (0.2 µg/cm²/week)	Metales que puedan introducirse en el cuerpo humano	0.2 µg/cm²/week	UNE-EN 12472:2006 + A1: 2010 1811:2011+A1:2015 UNE-EN 16128:2011
	0.5 µg/cm²/week	Para otros productos de metal		

INCIDENCIAS FINALES DETECTADAS DEL TOTAL DE COLECCIONES DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS

Todas ellas se han gestionado de forma individual, tomando las medidas oportunas en cada caso.



El uso de sustancias químicas empieza en la producción de materias primas y continúa a lo largo del proceso productivo por lo que es imprescindible la supervisión desde el origen. Por este motivo, MANGO firmó un acuerdo de colaboración con Greenpeace en su proyecto DETOX cuyo objetivo es la eliminación de cualquier producto químico peligroso utilizado durante los procesos de producción. Además, hemos desarrollado un procedimiento interno de "re-check" de sustancias que consiste en seleccionar aleatoriamente muestras de la producción una vez llega a nuestros almacenes. (G4-PR1) Desde 2016 realizamos el "re-check" de todas las prendas tintadas.

Otras prácticas

Además de controlar el uso de sustancias nocivas, tenemos implantadas otras prácticas:

PVC

Todos nuestros tejidos están libres de PVC. Existe, no obstante, un porcentaje de complementos (algunos bolsos, carteras y cinturones) que aún se realizan, debido a tendencias de moda, con este material. Algunas serigrafías, por motivos técnicos, también se realizan con este material.

BIENESTAR ANIMAL

Todas las pieles que utilizamos en nuestras prendas y complementos provienen de animales destinados a la cadena de alimentación humana. Desde hace años, no utilizamos pelo de conejo, aunque su origen pueda ser el descrito anteriormente, ni de ningún tipo de animal exótico ni lana de angora.

SANDBLASTING

Según el Código de Conducta de MANGO, no está permitida la técnica denominada *sandblasting*, una práctica utilizada para dar un efecto desgastado a las prendas vaqueras, debido al riesgo que conlleva para la salud de los trabajadores que la practican.

ETIQUETADO

Cumpliendo con la normativa vigente, todas nuestras prendas y complementos están etiquetados indicando el país de origen en el que han sido confeccionados, así como la composición, recomendaciones de lavado, etc.

DATOS *ECONÓMICOS*

Con una vocación de empresa sostenible, velamos por la rentabilidad económica, la solidez y la solvencia. Nuestro modo de trabajar se basa en los principios de transparencia y buen gobierno y nos esforzamos por crear valor a partir de una gestión eficiente y responsable de nuestros recursos económicos.



PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS

Las cuentas anuales del grupo MANGO (Grupo Consolidado) se elaboran de acuerdo con los Principios y Normas de Contabilidad Generalmente Aceptados y con la normativa establecida en los International Financial Reporting Standards (IFRS), en aplicación de la legislación vigente.

Todas las sociedades que se encuentran dentro de los requisitos previstos en la legislación son auditadas externamente. El grupo de sociedades formado por MANGO MNG HOLDING, S.A.U. y sociedades dependientes ha sido coauditado por dos sociedades de auditoría con el objetivo de mostrar una mayor transparencia. Las empresas que han realizado la citada coauditoría han sido: PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. y Auren Consultores SP, SLP.

Los datos que se exponen a continuación proceden de los estados financieros consolidados y de otros registros contables y de gestión del grupo. Todos los importes, salvo indicación de lo contrario, se expresan en miles de euros.

(G4-9)

RESULTADOS

	2015	2016	2017
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	2.327.045	2.260.751	2.193.634
EBITDA	170.662	77.304	114.840
BENEFICIO NETO	11.874	(60.940)	(33.166)

(G4-9)

BALANCE

	2015	2016	2017
FONDOS PROPIOS	749.232	706.512	620.342
TOTAL BALANCE	2.273.090	2.214.760	2.032.287
PORCENTAJE DE FONDOS PROPIOS SOBRE TOTAL BALANCE	32,96%	31,90%	30,52%

(G4-EC1)

**VALOR ECONÓMICO DIRECTO
GENERADO Y DISTRIBUIDO**

	2015	2016	2017
VALOR ECONÓMICO CREADO	2.442.479	2.337.276	2.298.976
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	2.299.573	2.259.057	2.203.626
VALOR ECONÓMICO RETENIDO	142.906	78.219	95.350

Indicadores de desempeño económico

Los datos que se presentan a continuación corresponden al grupo consolidado MANGO MNG HOLDING, S.A.U. y sociedades dependientes.

VENTAS POR TIPO DE NEGOCIO	2015	2016	2017
VENTAS EN PUNTOS DE VENTA PROPIOS	1.693.992	1.668.157	1.610.205
VENTAS A FRANQUICIAS	633.052	592.594	583.429
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	2.327.045	2.260.751	2.193.634

(G4-6, G4-8)

VENTAS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS	2015	2016	2017
ESPAÑA	454.796	481.427	525.443
UNIÓN EUROPEA	972.136	959.803	940.339
RESTO MUNDO	900.111	819.520	727.852
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	2.327.045	2.260.751	2.193.634

(G4-EC1)

GASTOS DE PERSONAL	2015	2016	2017
SUELDOS	343.077	333.611	334.267
SEGURIDAD SOCIAL Y OTROS GASTOS SOCIALES	81.160	80.074	79.346
TOTAL	424.238	413.685	413.613

DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS DE PERSONAL

ÁREA GEOGRÁFICA	2015	2016	2017
ESPAÑA	183.320	184.618	191.545
UNIÓN EUROPEA	170.225	168.371	167.759
RESTO MUNDO	70.691	60.695	54.309
TOTAL	424.238	413.685	413.613

COSTE DE LAS VENTAS Y MARGEN BRUTO	2015	2016	2017
MARGEN BRUTO	55,6%	53,1%	56,1%



VARIACIONES DE RESERVAS

ESTADO DE MOVIMIENTOS DE LOS FONDOS PROPIOS	CAPITAL SOCIAL	PRIMA DE EMISIÓN	OTRAS RESERVAS	RESULTADO EJERCICIO	AJUSTE POR CAMBIO DE VALOR	TOTAL
SALDO AL FINAL DEL EJERCICIO 2016	22.233	139.778	588.010	(60.940)	17.431	706.512
DISTRIBUCIÓN EJERCICIO 2016	0	0	(60.940)	60.940	0	0
RESULTADO EJERCICIO 2017	0	0	0	(33.166)	0	(33.166)
DIVIDENDOS	0	0	0	0	0	0
OTRO RESULTADO GLOBAL DEL EJERCICIO	0	0	(18.562)	0	(34.296)	(52.858)
VARIACIÓN POR CAMBIOS EN PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN	0	0	(146)	0	0	(146)
SALDO AL CIERRE DEL EJERCICIO 2017	22.233	139.778	508.362	(33.166)	(16.865)	620.342

(G4-EC1)

PROVEEDORES DE CAPITAL	2015	2016	2017
DEUDAS CON ENTIDADES FINANCIERAS A CORTO PLAZO	(76.911)	(147.905)	(128.125)
DEUDAS CON ENTIDADES FINANCIERAS A LARGO PLAZO	(897.993)	(789.275)	(655.683)
TOTAL DEUDA	(974.904)	(937.180)	(783.808)
TESORERÍA E INVERSIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO	446.428	351.540	368.714
TOTAL DEUDA NETA	(528.476)	(585.640)	(415.094)
TOTAL BALANCE	2.273.090	2.214.760	2.032.287
DEUDA NETA / BALANCE (%)	(23,24%)	(26,44%)	(20,42%)

IMPUESTOS DE BENEFICIOS

ÁREA GEOGRÁFICA	2015	2016	2017
ESPAÑA	(9.604)	(31.897)	(11.147)
UNIÓN EUROPEA	1.061	(1.241)	(386)
RESTO DEL MUNDO	1.238	617	617
TOTAL	(7.259)	(32.521)	(10.916)

EXPANSIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

(G4-6, G4-8)

La expansión del grupo MANGO ha continuado durante el 2017 estando presente en 110 países y un total de 2.190 puntos de venta, cuya superficie total es de 812.723 m².

77%

VENTAS EN MERCADOS INTERNACIONALES

2.190

PUNTOS
DE VENTA

979

PUNTOS
DE VENTA
PROPIOS

1.211

PUNTOS
DE VENTA
FRANQUICIADOS

466.019 m²

PUNTOS DE VENTA
PROPIOS

346.704 m²

PUNTOS DE VENTA
FRANQUICIADOS

El sistema de franquicia se lleva a cabo en países donde las características culturales y administrativas son distintas a las nuestras y, por este motivo, es más adecuado que la gestión se realice por personas del propio país. Asimismo, este sistema de gestión se aplica también en los casos en que se aporta una buena localización y cuando las características del mercado local lo hacen más apropiado, incluso en países donde existen tiendas propias.

MANGO en el mundo
por áreas geográficas

- ☐ Puntos de venta propios
☒ Puntos de venta franquiciados
☒ Total puntos de venta

57

ÁFRICA

	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ARGELIA	0	2	2
BURKINA FASO	0	1	1
CAMERÚN	0	1	1
COSTA DE MARFIL	0	2	2
EGIPTO	0	7	7
GUINEA ECUATORIAL	0	2	2
NAMIBIA	0	3	3
NIGERIA	0	4	4
REP. DE MAURICIO	0	4	4
REP. DEMOCRÁTICA DEL CONGO	0	1	1
SENEGAL	0	1	1
SUDÁFRICA	0	25	25
TÚNEZ	0	4	4

208

AMÉRICA

	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ANTILLAS HOLANDEAS (ARUBA)	0	2	2
ARGENTINA	0	3	3
BERMUDAS	0	2	2
BOLIVIA	0	2	2
CANADÁ	0	1	1
CHILE	0	55	55
COLOMBIA	0	47	47
COSTA RICA	0	3	3
CUBA	0	2	2
ECUADOR	0	7	7
EL SALVADOR	0	2	2
ESTADOS UNIDOS	1	1	2
GUATEMALA	0	3	3
MÉXICO	3	23	26
NICARAGUA	0	1	1
PANAMÁ	0	3	3
PARAGUAY	0	1	1
PERÚ	0	38	38
REPÚBLICA DOMINICANA	0	2	2
SURINAME	0	1	1
VENEZUELA	0	5	5

1.524

EUROPA

	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ALBANIA	0	2	2
ALEMANIA	85	89	174
ANDORRA	3	5	8
ARMENIA	0	3	3
AUSTRIA	14	5	19
AZERBAIYÁN	0	4	4
BÉLGICA	12	44	56
BIELORRUSIA	0	6	6
BOSNIA Y HERZ.	0	2	2
BULGARIA	2	0	2
CHIPRE	0	6	6
CHIPRE NORTE	0	1	1
CROACIA	13	1	14
DINAMARCA	4	0	4
ESLOVAQUIA	3	4	7
ESLOVENIA	0	2	2
ESPAÑA	250	132	382
ESTONIA	0	2	2
FINLANDIA	6	0	6
FRANCIA	136	76	212
GEORGIA	0	2	2
GIBRALTAR (RU)	0	1	1
GRECIA	6	4	10
HOLANDA	22	16	38
HUNGRÍA	7	0	7
IRLANDA	7	0	7
ITALIA	57	19	76
KOSOVO	0	2	2
LETONIA	0	4	4
LITUANIA	0	6	6
LUXEMBURGO	1	0	1
MACEDONIA	0	2	2
MALTA	0	1	1
MOLDAVIA	0	1	1
MONTENEGRO	0	1	1
NORUEGA	5	1	6
POLONIA	21	0	21
PORTUGAL	33	23	56
REINO UNIDO	41	8	49
REP. CHECA	10	0	10
RUMANÍA	11	0	11
RUSIA	82	70	152
SERBIA	0	3	3
SUECIA	6	0	6
SUIZA	12	13	25
TURQUÍA	102	0	102
UCRANIA	4	8	12

401

ASIA

	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ARABIA SAUDITA	0	61	61
CAMBOYA	0	2	2
COREA DEL SUR	6	0	6
EMIRATOS ÁRABES	0	17	17
FILIPINAS	0	35	35
HONG KONG (CHINA)	3	0	3
INDIA	0	5	5
INDONESIA	0	18	18
IRÁN	0	8	8
ISRAEL	0	47	47
JAPÓN	0	1	1
JORDANIA	0	4	4
KAZAJISTÁN	0	19	19
KIRGUISTÁN	0	2	2
KUWAIT	0	6	6
LÍBANO	0	5	5
LIBIA	0	3	3
MALASIA	0	27	27
MONGOLIA	0	4	4
MYANMAR	0	2	2
OMÁN	0	2	2
PAKISTÁN	0	5	5
PALESTINA	0	1	1
QATAR	0	9	9
REP. POPULAR CHINA	10	28	38
SINGAPUR	1	14	15
SIRIA	0	1	1
SRI LANKA	0	2	2
TAILANDIA	0	23	23
TAIWÁN	0	20	20
UZBEKISTAN	0	1	1
VIETNAM	0	9	9

INFORMACIÓN SOBRE FILIALES *EN EL EXTRANJERO*

(G4-7)

La estructura societaria (filiales en el extranjero) a 31 de diciembre de 2017 que soporta la red comercial y logística del grupo MANGO se describe a continuación:

Acuerdos con empresas extranjeras

Nuestra política busca mantener nuestra independencia de decisión, por lo que no tenemos socios locales en ningún país en los que operamos.

SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	ACTIVIDAD	PAÍS	%
MANGO FRANCE S.A.R.L.	15/11/1995	Comercio Moda	Francia	99,99
MANGO DEUTSCHLAND GMBH	13/09/1996	Comercio Moda	Alemania	100
MNG MANGO UK LTD.	22/04/1997	Comercio Moda	Reino Unido	100
MANGO TR. TEKSTILTIC LTD. STI.	21/07/1997	Comercio Moda	Turquía	99,91
MANGO NEDERLAND B. V.	13/11/1997	Comercio Moda	Holanda	100
MANGO MERITXELL S.L.	19/06/1998	Comercio Moda	Andorra	100
MNG MANGO BELGIQUE SPRL	29/01/1999	Comercio Moda	Bélgica	99,99
MANGO SUISSE S.A.	10/06/1999	Comercio Moda	Suiza	100
MANGO ÖSTERREICH HANDELS GMBH	31/08/1999	Comercio Moda	Austria	100
MANGO HUNGARY KTF	11/10/1999	Comercio Moda	Hungría	100
MANGO POLSKA SP. Z.O.O.	08/11/1999	Comercio Moda	Polonia	100
MANGO (CZ) S.R.O.	29/12/1999	Comercio Moda	Rep. Checa	99,91
MANGO DANMARK APS	28/02/2000	Comercio Moda	Dinamarca	100

SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	ACTIVIDAD	PAÍS	%
MANGO NORGE, AS	11/05/2000	Comercio Moda	Noruega	100
MANGO HONG KONG LIMITED	29/10/2003	Comercio Moda	Hong Kong (China)	99
MANGO SVERIGE AB	02/07/2004	Comercio Moda	Suecia	100
DISTEX INC.	03/03/2005	Comercio Moda	Estados Unidos	100
MANGO NY INC.	09/03/2005	Comercio Moda	Estados Unidos	100
MANGO ITALIA S.R.L.	26/09/2005	Comercio Moda	Italia	100
MANGO GARMENTS AND ACCESSORIES TRADING LTD.	29/06/2006	Comercio Moda	China	100
MANGONOR COMERCIO DE VESTUARIO S.A.	20/12/2007	Comercio Moda	Portugal	100
MANGO SLOVENSKO S.R.O.	26/02/2007	Comercio Moda	Eslovaquia	99,91
MANGO GARMENTS HELLAS, S.A.	28/02/2007	Comercio Moda	Grecia	100
MANGO RUSSIA	15/03/2007	Comercio Moda	Rusia	100
S.A.S. MANGO HAUSSMAN	23/03/2007	Comercio Moda	Francia	100
MANGO SUOMY OY	25/04/2007	Comercio Moda	Finlandia	100
MNG MANGO IRELAND, LTD.	26/11/2007	Comercio Moda	Irlanda	100
MANGO GARMENTS RUMANIA S.R.L.	17/07/2008	Comercio Moda	Rumanía	100
MANGO GARMENTS AND ACCESSORY (CHINA) LTD.	12/01/2011	Comercio Moda	China	100
MANGO KOREA LTD.	03/04/2012	Comercio Moda	Corea del Sur	100
MANGO MODA D.O.O.	24/01/2013	Comercio Moda	Croacia	100
MANGO SRB D.O.O. BEOGRAD	30/04/2013	Comercio Moda	Serbia	100
MANGO LUXEMBOURG S.A.R.L.	13/05/2013	Comercio Moda	Luxemburgo	100
MANGO UKRAINE TOV	06/08/2013	Comercio Moda	Ucrania	100
MANGO OPERACIONES MEXICO S DE RL DE CV	06/02/2014	Comercio Moda	México	99,99
VLT MODA TEKSTIL IC VE DIS TIC	10/02/2014	Comercio Moda	Turquía	100
MANGO BULGARIA EOOD	19/02/2014	Comercio Moda	Bulgaria	100
MÉXICO SERVICIOS DE GESTIÓN DE RL DE CV	26/02/2014	Comercio Moda	México	99,99
MANGO ONLINE CANADA CORPORATION	14/03/2017	Comercio Moda	Canadá	100

ACERCA DE *LA MEMORIA*

VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA

ÍNDICE DE CONTENIDO GRI G4

TABLA DE CONTENIDOS
DEL PACTO MUNDIAL

TABLA DE CONTENIDOS DE LOS
OBJETIVOS DE DESARROLLO
SOSTENIBLE



Periodo cubierto

Año 2017
(del 1 de enero al 31 de diciembre)

Alcance

La información corresponde al grupo consolidado MANGO formado por MANGO MNG HOLDING, S.A.U. y sociedades dependientes

Estándares de referencia

La memoria, elaborada por el equipo de RSC de MANGO con la colaboración de un gran número de profesionales de diversas áreas de la compañía, sigue las directrices de la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad versión G4 de Global Reporting Initiative (GRI), según la opción “De conformidad – Esencial”, e incluye además aspectos del suplemento *Apparel and Footwear* (RG Version 3.0/ AFSS Version Pilot). Asimismo, da respuesta a los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas e indica los

Objetivos de Desarrollo Sostenible a los cuales contribuimos con las acciones descritas.

Para dar mayor consistencia y credibilidad, el contenido de la memoria ha sido revisado de forma satisfactoria por el equipo de analistas de la Red Española del Pacto Mundial. La memoria cumple con los requisitos exigidos en la Política de *Communication on Progress* (COP) de Global Compact y con los criterios para obtener el Nivel Avanzado, máxima calificación en *reporting* que otorga el Pacto Mundial.

Como novedad, hemos tomado el plan estratégico de RSC, TAKE ACTION, como hilo argumental a lo largo de los diferentes capítulos que engloba todas nuestras políticas y acciones sostenibles en todos los aspectos: en cuanto a nuestra cadena de suministro, sobre nuestra preocupación por el medioambiente, de cara a los empleados y en relación con la sociedad y otros grupos de interés. De esta manera, hemos querido reflejar cómo la RSC en MANGO se dibuja de forma transversal a lo largo toda la empresa.

Para determinar qué temas son relevantes para MANGO se ha llevado a cabo un proceso de varias fases. Todos los aspectos/asuntos materiales para el desempeño sostenible de nuestra organización se encuentran reflejados en esta memoria, así como los indicadores establecidos en la referida guía y otros que se han desarrollado en función de las características de la compañía y las expectativas de nuestros grupos de interés.

Verificación externa

TÜV Rheinland Group ha sido la empresa externa seleccionada para llevar a cabo la auditoría y la revisión de la información contenida en la memoria de acuerdo con la Guía G4 de GRI. El Informe de Verificación se puede consultar en la página siguiente del presente documento.

Datos de contacto

Cualquier sugerencia, aportación o comentario por parte de los usuarios o grupos de interés de MANGO sobre el contenido de la memoria o sobre aspectos relacionados con nuestra responsabilidad social corporativa, se puede realizar a través de lg_rsc@mango.com o directamente en nuestra sede central:

MANGO MNG HOLDING, S.A.U.

c/ Mercaders 9-11, Polígono Industrial Riera de Caldes
E- 08184 Palau-solità i Plegamans,
Barcelona, España

VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA



INDICE DE CONTENIDO GRI G4

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA				OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA		
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de ésta con miras a abordar dicha cuestión.	2-3					✓		
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA				OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA		
G4-3	Nombre de la organización.	5					✓		
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	5					✓		
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	65					✓		
G4-6	Países en los que opera la organización y nombre de aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas	58-61					✓		
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	5,62					✓		
G4-8	Mercados servidos (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	58-61					✓		
G4-9	Tamaño de la organización.	4, 58					✓		
G4-10	Tamaño de la plantilla.	29					✓		
		PLANTILLA MEDIA EQUIVALENTE							
		2015				2016		2017	
		HOMBRES				2.892		2.820	2.708
		MUJERES				9.905		9.592	9.421
TOTAL				12.797	12.412	12.129			

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA			OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
PLANTILLA A 31 DE DICIEMBRE	2015	2016	2017		
PERSONAL DE ESTRUCTURA	2.727	2.465	2.605		
% PERSONAL DE ESTRUCTURA	16%	16%	16%		
HOMBRES	1.128	919	1.016		
MUJERES	1.599	1.546	1.589		
% HOMBRES	41%	37%	39%		
%MUJERES	59%	63%	61%		
PERSONAL DE PUNTOS DE VENTA	13.896	13.265	13.365		
% PERSONAL DE PUNTOS DE VENTA	84%	84%	84%		
HOMBRES	2.352	2.268	1.470		
MUJERES	11.544	10.997	11.895		
% HOMBRES	17%	17%	11%		
%MUJERES	83%	83%	89%		
TOTAL	16.623	15.730	15.970		
HOMBRES	3.480	3.187	3.194		✓
MUJERES	13.143	12.543	12.776		
% HOMBRES	21%	20%	20%		
%MUJERES	79%	80%	80%		
EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO Y GÉNERO	2015	2016	2017		
EVENTUAL	5.127	4.760	5.055		
% EVENTUAL	31%	30%	32%		
HOMBRES	1.041	871	874		
MUJERES	4.086	3.889	4.181		
FIJO	11.496	10.970	10.915		
% FIJO	69%	70%	68%		
HOMBRES	2.439	2.316	2.336		
MUJERES	9.057	8.654	8.579		
TOTAL	16.623	15.730	15.970		

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA			OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO EN ESPAÑA	2015	2016	2017		
	PERSONAL DE ESTRUCTURA ESPAÑA	100%	100%	100%	
	EVENTUAL	14%	7%	10%	
	FIJO	86%	93%	90%	
	PERSONAL DE TIENDAS ESPAÑA	100%	100%	100%	
	EVENTUAL	34%	35%	36%	
	FIJO	66%	65%	64%	
	EMPLEADOS POR TIPO DE JORNADA Y GÉNERO	2015	2016	2017	
	COMPLETA	10.366	9.170	8.463	
	% COMPLETA	62%	58%	52%	✓
	% COMPLETA ESPAÑA	59%	55%	47%	
	% COMPLETA EXTRANJERO	64%	60%	56%	
	HOMBRES	2.614	2.251	1.278	
	MUJERES	7.752	6.919	4.471	
	PARCIAL	6.257	6.560	7.507	
	% PARCIAL	38%	42%	47%	
	% PARCIAL ESPAÑA	41%	45%	53%	
	% PARCIAL EXTRANJERO	38%	40%	44%	
	HOMBRES	866	936	571	
	MUJERES	5.391	5.624	3.915	
	TOTAL	16.623	15.730	15.970	

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA			OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
		EMPLEADOS POR PAÍS Y GÉNERO	2015	2016	2017	
		ESPAÑA	5.617	5.471	5.735	
		% ESPAÑA	34%	35%	36%	
		HOMBRES	1.431	1.295	1.361	
		MUJERES	4.186	4.176	4.374	
		CHINA	284	240	123	
		HOMBRES	48	43	28	
		MUJERES	236	197	95	
		TURQUÍA	1.856	1.680	1.707	✓
		HOMBRES	612	573	574	
		MUJERES	1.244	1.107	1.133	
		ESTADOS UNIDOS	83	45	39	
		HOMBRES	29	17	14	
		MUJERES	54	28	25	
		RESTO DE PAÍSES	8.783	8.294	8.366	
		HOMBRES	1.360	1.259	1.233	
		MUJERES	7.423	7.035	7.133	
		TOTAL	16.623	15.730	15.970	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	29				✓
G4-12	Cadena de suministro de la organización.	34-36, 39-40				✓
G4-13	Cambios significativos durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización	No se han dado cambios significativos en el tamaño, estructura o propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización que haya supuesto un giro el modelo estratégico de la compañía.				✓
G4-14	Principio de precaución.	12-14, 45-46				✓
G4-15	Lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	14-16, 43, 46				✓
G4-16	Lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	14-16				✓

ACERCA DE LA MEMORIA

ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA		OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-17	Alcance del informe.	64			✓
G4-18	Proceso para determinar el contenido de la memoria y el límite de cada aspecto.	16-18			✓
G4-19	Lista de los aspectos relevantes que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria	17-18			✓
		CUMPLIMIENTO REGULATORIO	Dentro de la organización		
		PRODUCTOS QUÍMICOS	Dentro y fuera de la organización		
		SOCIAL – PRÁCTICAS LABORALES			
		EMPLEO	Dentro de la organización		
		SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	Dentro de la organización		
		CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN	Dentro de la organización		
		DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	Dentro de la organización		
		IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE HOMBRES Y MUJERES	Dentro de la organización		
		SOCIAL – DERECHOS HUMANOS			
		NO DISCRIMINACIÓN	Fuera de la organización		
		TRABAJO INFANTIL	Fuera de la organización		
		TRABAJO FORZOSO	Fuera de la organización		
		EVALUACIÓN	Fuera de la organización		
G4-20	Límite dentro de la organización de cada aspecto relevante	SALARIOS Y HORARIOS (SUPLEMENTO SECTORIAL)	Fuera de la organización		✓
		EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS	Dentro y fuera de la organización		
		SOCIAL - SOCIEDAD			
		ACCIÓN SOCIAL Y CÁTEDRA RSC	Fuera de la organización		
		LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	Dentro y fuera de la organización		
		PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL	Fuera de la organización		
		CUMPLIMIENTO NORMATIVO	Contemplado en el resto		
		CÓDIGO DE CONDUCTA (SUPLEMENTO SECTORIAL)	Dentro y fuera de la organización		
		PROCESO DE AUDITORÍA (SUPLEMENTO SECTORIAL)	Dentro y fuera de la organización		
		DETECCIÓN DE INCUMPLIMIENTOS (SUPLEMENTO SECTORIAL)	Dentro y fuera de la organización		
		PLANES DE ACCIÓN CORRECTIVOS (SUPLEMENTO SECTORIAL)	Dentro y fuera de la organización		
		SOCIAL – RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO			
		SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES	Dentro y fuera de la organización		
		ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	Dentro y fuera de la organización		
G4-21	Cobertura fuera de la organización de cada aspecto relevante	PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES	Dentro y fuera de la organización		✓
		CUMPLIMIENTO NORMATIVO	Dentro de la organización		

ACERCA DE LA MEMORIA

ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-22	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	No existe reexpresión de la información con respecto a memorias anteriores.		✓
G4-23	Cambio significativo en el alcance y el límite de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No existen cambios significativos en la cobertura de cada Aspecto. Se han seleccionado los indicadores que mejor explican cada uno de ellos. A raíz del análisis de materialidad, se ha incluido el Aspecto Productos químicos.		✓
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA		VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-24	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	11-12		✓
G4-25	Base para la elección de los grupos de interés.	11-12		✓
G4-26	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.	11-12 Mayoritariamente, la relación con los grupos de interés se basa en mantener contactos periódicos a lo largo del año que permiten un diálogo abierto y transparente sobre el seguimiento de los temas y proyectos conjuntos.		✓
G4-27	Cuestiones y aspectos clave surgidos a raíz de la participación de los grupos de interés.	11-12, 16-18		✓
PERFIL DE LA MEMORIA		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA		VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-28	Periodo objeto del informe.	64		✓
G4-29	Fecha de la última memori.	La fecha de la memoria anterior más reciente es junio de 2017, correspondiente al ejercicio 2016.		✓
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	El ciclo de presentación de memorias es de carácter anual.		✓
G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	65		✓
G4-32	Opción "De conformidad" con la Guía.	64		✓
G4-33	Política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria	64-65		
GOBIERNO		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA		VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-34	Estructura de gobierno de la organización	8-10		✓
ÉTICA E INTEGRIDAD		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA		VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	14, 36-38		✓

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

CATEGORÍA: ECONOMÍA

ASPECTO: DESEMPEÑO ECONÓMICO

		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	57-58		✓
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	58-60		✓

CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE

ASPECTO MATERIAL: EMISIONES

CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA												
ASPECTO MATERIAL: EMISIONES																
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	43-44, 50, 52		✓												
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	<table><tr><th>EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (TN CO₂ EQ.)</th><th>2015</th><th>2016</th><th>2017</th></tr><tr><td>ALCANCE 1</td><td>1.636,25</td><td>1.655,57</td><td>1.855,78</td></tr></table>	EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (TN CO ₂ EQ.)	2015	2016	2017	ALCANCE 1	1.636,25	1.655,57	1.855,78	Emisiones de CO ₂ biogénico en toneladas métricas de CO ₂ equivalente: N/A.	✓				
EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (TN CO ₂ EQ.)	2015	2016	2017													
ALCANCE 1	1.636,25	1.655,57	1.855,78													
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	<table><tr><td>ALCANCE 2</td><td>101.465,71</td><td>103.868,71</td><td>100.192,90</td></tr><tr><td>ALCANCE 3</td><td>158.450,34</td><td>256.498,61</td><td>274.740,12</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>261.552,30</td><td>362.022,89</td><td>376.788,79</td></tr></table>	ALCANCE 2	101.465,71	103.868,71	100.192,90	ALCANCE 3	158.450,34	256.498,61	274.740,12	TOTAL	261.552,30	362.022,89	376.788,79		✓
ALCANCE 2	101.465,71	103.868,71	100.192,90													
ALCANCE 3	158.450,34	256.498,61	274.740,12													
TOTAL	261.552,30	362.022,89	376.788,79													
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)		Emisiones de CO ₂ biogénico en toneladas métricas de CO ₂ equivalente: N/A.	✓												

ASPECTO MATERIAL: EFLUENTES Y RESIDUOS

G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	19-20, 47-48		✓																														
		47-48																																
G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	<table><tr><th>TIPOLOGÍA</th><th>2015</th><th>2016</th><th>2017</th><th>VÍA DE GESTIÓN</th></tr><tr><td>CARTÓN Y PAPEL</td><td>2.872 TN</td><td>3.041 TN</td><td>3.743 TN</td><td>Reciclaje (V11)</td></tr><tr><td>BANAL</td><td>425 TN</td><td>462 TN</td><td>495 TN</td><td>Gestión por un centro de recogida (T62)</td></tr><tr><td>MADERA</td><td>577 TN</td><td>190 TN</td><td>264 TN</td><td>Reciclaje y reutilización (V15)</td></tr><tr><td>MEZCLAS VALORIZABLES</td><td>131 TN</td><td>144 TN</td><td>90 TN</td><td>Recuperación (V99)</td></tr><tr><td>OTROS</td><td>22 TN</td><td>88 TN</td><td>39 TN</td><td>Reciclaje y recuperación (V14, V41, V44)</td></tr></table>	TIPOLOGÍA	2015	2016	2017	VÍA DE GESTIÓN	CARTÓN Y PAPEL	2.872 TN	3.041 TN	3.743 TN	Reciclaje (V11)	BANAL	425 TN	462 TN	495 TN	Gestión por un centro de recogida (T62)	MADERA	577 TN	190 TN	264 TN	Reciclaje y reutilización (V15)	MEZCLAS VALORIZABLES	131 TN	144 TN	90 TN	Recuperación (V99)	OTROS	22 TN	88 TN	39 TN	Reciclaje y recuperación (V14, V41, V44)		✓
TIPOLOGÍA	2015	2016	2017	VÍA DE GESTIÓN																														
CARTÓN Y PAPEL	2.872 TN	3.041 TN	3.743 TN	Reciclaje (V11)																														
BANAL	425 TN	462 TN	495 TN	Gestión por un centro de recogida (T62)																														
MADERA	577 TN	190 TN	264 TN	Reciclaje y reutilización (V15)																														
MEZCLAS VALORIZABLES	131 TN	144 TN	90 TN	Recuperación (V99)																														
OTROS	22 TN	88 TN	39 TN	Reciclaje y recuperación (V14, V41, V44)																														

ACERCA DE LA MEMORIA

		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
ASPECTO: CUMPLIMIENTO REGULATORIO				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	47-48		✓
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	A la fecha de este informe MANGO no ha sido multado ni sancionado por incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.		✓
ASPECTO: PRODUCTOS QUÍMICOS				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	53		✓
INDICADOR PROPIO	Iniciativas para eliminar las sustancias químicas nocivas a lo largo de la cadena de suministro y controlar los vertidos.	45-46, 53-54, 56-57		✓
INDICADOR PROPIO	Sustancias químicas analizadas sobre el producto.	54-56		✓
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL				
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO				
ASPECTO: EMPLEO				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	29-31		✓
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad	31		✓
G4-LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	29-30 El 100% de los empleados ejercieron su derecho a baja en 2017, 220 en total; 178 mujeres y 42 hombres, el 100% se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su baja. Pasados 12 meses desde su reincorporación, 113 mujeres y 33 hombres permanecieron en sus puestos de trabajo. Esto supone un índice de retención del 69,4% en las mujeres y un 88,6% en los hombres.		✓
AF22	Política y prácticas sobre el empleo de trabajadores temporales y a tiempo parcial.	29		✓
AF24	Política relativa al uso y selección de agentes de empleo.	36-38		✓

ASPECTO: SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA				OMISIONES		VERIFICACIÓN EXTERNA																																																																																		
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	<p>31-32</p> <p>Principales actividades realizadas para la prevención de riesgos laborales:</p> <ul style="list-style-type: none">• Evaluaciones de riesgos. Identificamos y evaluamos los riesgos asociados a los puestos de trabajo como parte del ciclo de mejora continua en la gestión, avanzando en todos los aspectos de salud y seguridad de los trabajadores. Estas evaluaciones se llevan a cabo tanto en oficinas y almacenes de la central como en las tiendas. Del mismo modo se elaboran planes de acción con medidas preventivas y/o correctoras, se gestionan inspecciones de trabajo, planes de emergencia y otros procedimientos. <p>Otro de nuestros objetivos es asegurar que los servicios realizados por empresas o personal externo, contratado o subcontratado, se ejecutan bajo las medidas de seguridad establecidas por la legislación y/o por nuestra normativa interna.</p> <p>Periódicamente se realizan visitas de seguridad a los centros de trabajo para controlar y garantizar unas óptimas condiciones de trabajo y favorecer comportamientos seguros.</p> <ul style="list-style-type: none">• Comunicados de riesgos. Para implicar a los empleados en la mejora continua, existe de un procedimiento para que estos puedan comunicar cualquier situación que comporte un riesgo o bien cualquier propuesta que mejore las condiciones de trabajo. Ponemos a su disposición un documento interno para comunicar al departamento de Prevención de riesgos cualquier incidencia en este sentido, y así proceder a aplicar medidas para eliminarlo o minimizarlo.• Vigilancia de la salud. Las actividades de la vigilancia de la salud son realizadas por el Servicio Médico de la empresa, integrado en el departamento de Prevención de Riesgos Laborales. En tiendas se realiza a través de una red de centros asistenciales. Además de la atención médica necesaria, reconocimientos periódicos, campañas de vacunas, etc., se realizan actividades personalizadas para la promoción de la salud tales como seguimiento de procesos crónicos o asesoramiento en hábitos saludables. Asimismo, realizamos cursos de formación de primeros auxilios a nuestro personal.								✓																																																																																
		<table><tr><th colspan="2">ACCIDENTABILIDAD</th><th>2015</th><th>2016</th><th>2017</th></tr><tr><td rowspan="2">NÚMERO DE ACCIDENTES EN RELACIÓN AL NÚMERO DE EMPLEADOS</td><td>Personal de estructura</td><td>0,007</td><td>0,010</td><td>0,002</td></tr><tr><td>Personal de puntos de venta</td><td>0,015</td><td>0,016</td><td>0,012</td></tr><tr><td rowspan="2">DURACIÓN MEDIA DE LAS BAJAS (DÍAS)</td><td>Personal de estructura</td><td>13,55</td><td>16,67</td><td>20,00</td></tr><tr><td>Personal de puntos de venta</td><td>13,85</td><td>27,02</td><td>20,51</td></tr></table>				ACCIDENTABILIDAD		2015	2016	2017	NÚMERO DE ACCIDENTES EN RELACIÓN AL NÚMERO DE EMPLEADOS	Personal de estructura	0,007	0,010	0,002	Personal de puntos de venta	0,015	0,016	0,012	DURACIÓN MEDIA DE LAS BAJAS (DÍAS)	Personal de estructura	13,55	16,67	20,00	Personal de puntos de venta	13,85	27,02	20,51	<table><tr><th>ABSENTISMO (PERSONAL DE ESPAÑA)</th><th>2015</th><th>2016</th><th>2017</th></tr><tr><td>PERSONAL DE ESTRUCTURA</td><td>4,24%</td><td>4,01%</td><td>3,88%</td></tr><tr><td>BAJAS POR ENFERMEDAD</td><td>1,93%</td><td>1,87%</td><td>1,94%</td></tr><tr><td>BAJAS POR ACCIDENTE LABORAL</td><td>0,08%</td><td>0,04%</td><td>0,04%</td></tr><tr><td>BAJAS POR MATERNIDAD/PATERNIDAD</td><td>1,56%</td><td>1,44%</td><td>1,31%</td></tr><tr><td>PERMISOS DE MATRIMONIO</td><td>0,08%</td><td>0,09%</td><td>0,09%</td></tr><tr><td>OTROS MOTIVOS</td><td>0,59%</td><td>0,57%</td><td>0,26%</td></tr><tr><td>PERSONAL DE TIENDAS</td><td>4,11%</td><td>4,58%</td><td>5,11%</td></tr><tr><td>BAJAS POR ENFERMEDAD</td><td>1,43%</td><td>1,91%</td><td>2,3%</td></tr><tr><td>BAJAS POR ACCIDENTE LABORAL</td><td>0,17%</td><td>0,23%</td><td>0,17%</td></tr><tr><td>BAJAS POR MATERNIDAD/PATERNIDAD</td><td>2,19%</td><td>2,11%</td><td>2,27%</td></tr><tr><td>PERMISOS DE MATRIMONIO</td><td>0,09%</td><td>0,08%</td><td>0,08%</td></tr><tr><td>OTROS MOTIVOS</td><td>0,23%</td><td>0,24%</td><td>0,14%</td></tr><tr><td>ABSENTISMO (PERSONAL EN PUNTOS DE VENTA PROPIOS EN EL EXTRANJERO)</td><td>4,95%</td><td>5,6%</td><td>6,11%</td></tr></table>				ABSENTISMO (PERSONAL DE ESPAÑA)	2015	2016	2017	PERSONAL DE ESTRUCTURA	4,24%	4,01%	3,88%	BAJAS POR ENFERMEDAD	1,93%	1,87%	1,94%	BAJAS POR ACCIDENTE LABORAL	0,08%	0,04%	0,04%	BAJAS POR MATERNIDAD/PATERNIDAD	1,56%	1,44%	1,31%	PERMISOS DE MATRIMONIO	0,08%	0,09%	0,09%	OTROS MOTIVOS	0,59%	0,57%	0,26%	PERSONAL DE TIENDAS	4,11%	4,58%	5,11%	BAJAS POR ENFERMEDAD	1,43%	1,91%	2,3%	BAJAS POR ACCIDENTE LABORAL	0,17%	0,23%	0,17%	BAJAS POR MATERNIDAD/PATERNIDAD	2,19%	2,11%	2,27%	PERMISOS DE MATRIMONIO	0,09%	0,08%	0,08%	OTROS MOTIVOS	0,23%	0,24%	0,14%	ABSENTISMO (PERSONAL EN PUNTOS DE VENTA PROPIOS EN EL EXTRANJERO)	4,95%	5,6%	6,11%		
		ACCIDENTABILIDAD		2015	2016	2017																																																																																				
NÚMERO DE ACCIDENTES EN RELACIÓN AL NÚMERO DE EMPLEADOS	Personal de estructura	0,007	0,010	0,002																																																																																						
	Personal de puntos de venta	0,015	0,016	0,012																																																																																						
DURACIÓN MEDIA DE LAS BAJAS (DÍAS)	Personal de estructura	13,55	16,67	20,00																																																																																						
	Personal de puntos de venta	13,85	27,02	20,51																																																																																						
ABSENTISMO (PERSONAL DE ESPAÑA)	2015	2016	2017																																																																																							
PERSONAL DE ESTRUCTURA	4,24%	4,01%	3,88%																																																																																							
BAJAS POR ENFERMEDAD	1,93%	1,87%	1,94%																																																																																							
BAJAS POR ACCIDENTE LABORAL	0,08%	0,04%	0,04%																																																																																							
BAJAS POR MATERNIDAD/PATERNIDAD	1,56%	1,44%	1,31%																																																																																							
PERMISOS DE MATRIMONIO	0,08%	0,09%	0,09%																																																																																							
OTROS MOTIVOS	0,59%	0,57%	0,26%																																																																																							
PERSONAL DE TIENDAS	4,11%	4,58%	5,11%																																																																																							
BAJAS POR ENFERMEDAD	1,43%	1,91%	2,3%																																																																																							
BAJAS POR ACCIDENTE LABORAL	0,17%	0,23%	0,17%																																																																																							
BAJAS POR MATERNIDAD/PATERNIDAD	2,19%	2,11%	2,27%																																																																																							
PERMISOS DE MATRIMONIO	0,09%	0,08%	0,08%																																																																																							
OTROS MOTIVOS	0,23%	0,24%	0,14%																																																																																							
ABSENTISMO (PERSONAL EN PUNTOS DE VENTA PROPIOS EN EL EXTRANJERO)	4,95%	5,6%	6,11%																																																																																							
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.	Ninguno de los empleados de la compañía realiza una actividad que suponga riesgo de una enfermedad grave.				✓																																																																																				
AF31	Iniciativas y programas para responder, reducir y prevenir la prevención de disfunciones musculares y del esqueleto.	31-32				✓																																																																																				

ACERCA DE LA MEMORIA

		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA	
ASPECTO: CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN					
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	32-33		✓	
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	32-33		✓	
AF5	Estrategia y alcance de los esfuerzos para reforzar la capacitación de los gerentes, trabajadores y otros miembros del personal para mejorar el desempeño social y medioambiental.	32-33		✓	
ASPECTO: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES					
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	29-31		✓	
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	29, 31			
		EMPLEADOS SEGÚN GRUPO DE EDAD	2015	2016	2017
		ESPAÑA			
		16-25 AÑOS	20,8%	16,9%	18%
		26-35 AÑOS	47,2%	50,1%	45%
		36-45 AÑOS	25,7%	26,5%	29%
		46-55 AÑOS	5,3%	5,4%	7%
		> 56 AÑOS	1,1%	1,2%	2%
		EXTRANJERO			
		16-25 AÑOS	45,6%	38,7%	41%
		26-35 AÑOS	43,7%	49,6%	44%
		36-45 AÑOS	9,4%	10,2%	13%
		46-55 AÑOS	1,1%	1,4%	2%
		> 56 AÑOS	0,2%	0,2%	0,3%
		MUJERES EN CARGOS DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS			
		ESTRUCTURA	58%	61%	61%
		PUNTOS DE VENTA	88%	88%	87%
AF32	Acciones para hacer frente a la discriminación por razón de género.	37		✓	
ASPECTO: IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES					
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	30-31		✓	
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	31		✓	

ACERCA DE LA MEMORIA

SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
ASPECTO: NO DISCRIMINACIÓN				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	37		✓
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	No se han registrado casos de discriminación durante el periodo cubierto por la memoria.		✓
ASPECTO: TRABAJO INFANTIL				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	36, 41-42		✓
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil	41, No se han registrado casos de trabajo infantil durante el periodo cubierto por la memoria.		✓
ASPECTO: TRABAJO FORZOSO				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	36, 41-42		✓
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	No se han registrado casos de trabajo forzado durante el periodo cubierto por la memoria. Siguiendo el protocolo de auditoría se auditan todos los centros de producción para detectar posibles incumplimientos en éste ámbito.		✓
ASPECTO: EVALUACIÓN				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	39-43		✓
G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos	40-41		✓
ASPECTO: EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	36-42		✓
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas	36-39, 42-43		✓
ASPECTO: SALARIOS Y HORARIOS				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	37		✓
AF 26	Política sobre jornada de trabajo, incluida la definición de horas extra y acciones para prevenir un exceso de horas.	37, 41-42		✓

ACERCA DE LA MEMORIA

SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
ASPECTO: LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	11		✓
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	11		✓
ASPECTO: PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	12-13		✓
G4-SO7	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia y sus resultados.	En el período de referencia de esta memoria no se han dado casos contra la libre competencia o prácticas monopolísticas.		✓
ASPECTO: CUMPLIMIENTO				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	11		✓
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	No se han recibido multas o sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa aplicable.		✓
ASPECTO: ACCIÓN SOCIAL Y CÁTEDRA RSC				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	19-20, 25, 27		✓
Indicador propio	Proyectos y actividades.	25-28		✓
ASPECTO: CÓDIGO DE CONDUCTA				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	36-38		✓
AF1	Contenido y cobertura del código de conducta.	36-38		✓
AF7	Número y localización de los lugares de trabajo cubiertos por el código de conducta	36, 38		✓
ASPECTO: PROCESO DE AUDITORÍA				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	39-40		✓
AF8	Número de auditorías llevadas a cabo y porcentaje de lugares de trabajo auditados.	40-41		✓
ASPECTO: DETECCIÓN DE INCUMPLIMIENTOS				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	39-42		✓
AF4	Política y procedimientos para recibir investigar y responder a quejas y denuncias.	39-40		✓
ASPECTO: PLANES DE ACCIÓN CORRECTIVOS				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	41-42		✓
AF16	Prácticas de remediación para abordar los incumplimientos o no conformidades detectadas.	41-42		✓

ACERCA DE LA MEMORIA

SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	53-54, 56-57		✓
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	53, 57		✓
ASPECTO: ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	20-22, 57		✓
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios a la relativa información y al etiquetado de los productos y servicios.	En el periodo de referencia de esta memoria no ha habido ninguna reclamación al respecto.		✓
ASPECTO: PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	Toda la información respecto a los datos personales utilizados en nuestra organización se encuentran protegidos de acuerdo con lo especificado en las diferentes leyes y reglamentos de aplicación.		✓
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes	En el periodo de referencia de esta memoria no se han recibido reclamaciones sobre la violación de la privacidad ni fuga de datos de clientes.		✓
ASPECTO: CUMPLIMIENTO				
G4-DMA	Información general sobre el enfoque de gestión.	53-54		✓
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	En el periodo de referencia de esta memoria no se han dado casos de sanción por incumplimiento de la normativa en la relación con el suministro y el uso de productos y servicios.		✓

TABLA DE CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	GUÍA GRI (G4)
PRINCIPIO 1 Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	31-33, 48-55	Subcategoría Derechos Humanos: todos los aspectos. Subcategoría Sociedad: comunidades locales.
PRINCIPIO 2 Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	48-55	Subcategoría Derechos Humanos: todos los aspectos.
PRINCIPIO 3 Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	39, 48-55	G4-11 Subcategoría Prácticas laborales y trabajo digno: relaciones entre los trabajadores y la dirección. Subcategoría Derechos Humanos: libertad de asociación y negociación colectiva.
PRINCIPIO 4 Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	48-55	Subcategoría Derechos Humanos: trabajo forzoso.
PRINCIPIO 5 Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	48-55	Subcategoría Derechos Humanos: trabajo infantil.
PRINCIPIO 6 Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	38-40, 48-55	G4-10 Subcategoría Prácticas laborales y trabajo digno: todos los aspectos. Subcategoría Derechos Humanos: no discriminación.
PRINCIPIO 7 Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	48, 57-67	Categoría Medio ambiente: todos los aspectos.
PRINCIPIO 8 Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	48, 57-67	Categoría Medio ambiente: todos los aspectos.
PRINCIPIO 9 Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	48, 57-67	Categoría Medio ambiente: todos los aspectos.
PRINCIPIO 10 Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	12	Subcategoría Sociedad: Lucha contra la corrupción y Política Pública.








TABLA DE CONTENIDOS DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS	TEMA EMPRESARIAL	DESCRIPCIÓN INDICADOR	INDICADORES GRI (G4)
 1 SIN POBREZA PONER FIN A LA POBREZA EN TODAS SUS FORMAS EN TODO EL MUNDO	Inclusión económica	Información sobre el enfoque de gestión	G4-DMA
 2 SIN HAMBRE PONER FIN AL HAMBRE, LOGRAR LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y LA MEJORA DE LA NUTRICIÓN Y PROMOVER LA AGRICULTURA SOSTENIBLE	Inversiones de infraestructura	Desempeño económico	G4-EC1
 3 SALUD Y BIENESTAR GARANTIZAR UNA VIDA SANA Y PROMOVER EL BIENESTAR EN TODAS LAS EDADES	Calidad del aire	Emisiones	G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17
	Seguridad y salud en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA7
	Residuos	Efluentes y residuos	G4-EN23
	Inclusión económica	Información sobre el enfoque de gestión	G4-DMA
 5 IGUALDAD DE GÉNERO LOGRAR LA IGUALDAD ENTRE LOS GÉNEROS Y EMPODERAR A TODAS LAS MUJERES Y LAS NIÑAS	Igualdad de género	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12
	Igualdad salarial para mujeres y hombres	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13
	Inversiones de infraestructura	Desempeño económico	G4-EC1
	No discriminación	No discriminación	G4-HR3
	Permiso parental	Empleo	G4-LA3
 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO GARANTIZAR LA DISPONIBILIDAD DE AGUA Y SU GESTIÓN SOSTENIBLE Y EL SANEAMIENTO PARA TODOS	Residuos	Efluentes y Residuos	G4-EN23

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

7	7 ENERGÍA ASEQUIBLE, SEGURA, SOSTENIBLE Y MODERNA PARA TODOS	TEMA EMPRESARIAL	DESCRIPCIÓN INDICADOR	INDICADORES GRI (G4)
7	GARANIZAR EL ACCESO A UNA ENERGÍA ASEQUIBLE, SEGURA, SOSTENIBLE Y MODERNA PARA TODOS	Inversiones de infraestructura	Desempeño económico	G4-EC1
		Abolición del trabajo infantil	Trabajo infantil	G4-HR5
		Diversidad e igualdad de oportunidades	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12
		Ganancias, salarios y beneficios	Empleo	G4-LA2
		Inclusión económica	Información sobre el enfoque de gestión	G4-DMA
		Desempeño económico	Desempeño económico	G4-EC1
		Eliminación de trabajos forzados u obligatorios	Trabajo forzoso	G4-HR6
8	PROMOVER EL CRECIMIENTO ECONÓMICO SOSTENIDO E INCLUSIVO , EL EMPLEO PLENO Y PRODUCTIVO Y EL TRABAJO DECENTE PARA TODOS	Capacitación y educación de los empleados	Capacitación y educación	G4-LA10
		Empleo	Perfil de la organización	G4-10
		Igualdad salarial para mujeres y hombres	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13
		Libertad de asociación y negociación colectiva	Perfil de la organización	G4-11
		No discriminación	No discriminación	G4-HR3
		Seguridad y salud en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA7
		Permiso parental	Empleo	G4-LA3

ACERCA DE LA MEMORIA

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS		TEMA EMPRESARIAL	DESCRIPCIÓN INDICADOR	INDICADORES GRI (G4)
	CONSTRUIR INFRAESTRUCTURAS RESILIENTES, PROMOVER LA INDUSTRIALIZACIÓN INCLUSIVA Y SOSTENIBLE Y FOMENTAR LA INNOVACIÓN	Desempeño económico	Desempeño económico	G4-EC1
	REDUCIR LA DESIGUALDAD EN Y ENTRE LOS PAÍSES	Igualdad salarial para mujeres y hombres	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13
	GARANTIZAR MODALIDADES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES	Calidad del aire	Emisiones	G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17
	ADOPTAR MEDIDAS URGENTES PARA COMBATIR EL CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS EFECTOS	Calidad del aire	Emisiones	G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17
	CONSERVAR Y UTILIZAR DE FORMA SOSTENIBLE LOS OCÉANOS, LOS MARES Y LOS RECURSOS MARINOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE	Calidad del aire	Emisiones	G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17
	PROTEGER, RESTABLECER Y PROMOVER EL USO SOSTENIBLE DE LOS ECOSISTEMAS TERRESTRES, GESTIONAR LOS BOSQUES DE FORMA SOSTENIBLE, LUCHAS CONTRA LA DESERTIZACIÓN, DETENER E INVERTIR LA DEGRADACIÓN DE LAS TIERRAS Y PONER FRENO A LA PÉRDIDA DE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA	Calidad del aire	Emisiones	G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17
	PROMOVER SOCIEDADES PACÍFICAS E INCLUSIVAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE, FACILITAR EL ACCESO A LA JUSTICIA PARA TODOS Y CREAR INSTITUCIONES EFICACES, RESPONSABLES E INCLUSIVAS A TODOS LOS NIVELES	Abolición del trabajo infantil	Trabajo infantil	G4-HR5
		Anticorrupción	Lucha contra la corrupción	G4-SO4
		Cumplimiento de leyes y regulaciones	Cumplimiento regulatorio	G4-EN29, G4-SO8, G4-PR9
			Prácticas de competencia desleal	G4-SO7
		Comportamiento ético y legal	Privacidad de los clientes	G4-PR8
			Ética e integridad	G4-56
		No discriminación	No discriminación	G4-HR3
		Protección de la privacidad	Privacidad de los clientes	G4-PR8

MEMORIA SOSTENIBILIDAD

2017

Contenidos, diseño y maquetación

MANGO

lavola