

**MANNGO**



— 2018

**Memoria de Sostenibilidad**



## CARTA DEL DIRECTOR GENERAL / 3

## DATOS RELEVANTES 2018 / 5

### 01

#### ACERCA DE MANGO / 6

EL GRUPO / 7

GOBIERNO CORPORATIVO / 8

EL CONCEPTO MANGO / 9

VALORES / 11

### 02

#### ACERCA DE LA MEMORIA / 13

### 03

#### EL MODELO DE SOSTENIBILIDAD DE MANGO / 16

GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD / 20

BUEN GOBIERNO / 27

PERSONAS / 28

PRODUCTO / 45

CADENA DE SUMINISTRO / 59

TIENDAS E INSTALACIONES / 72

CLIENTES Y SOCIEDAD / 84

### 04

#### OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS / 100

RESULTADOS ECONÓMICOS / 101

DATOS DE CONTACTO / 105

### 05

#### ÍNDICES / 106

ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS / 107

ÍNDICE CONTENIDOS GLOBAL COMPACT / 107

ÍNDICE CONTENIDOS ODS / 115

Carta del Director General

# Carta del Director General

Os presentamos la nueva Memoria de Sostenibilidad del grupo MANGO, correspondiente al ejercicio 2018, elaborada por nuestro departamento de Responsabilidad Social Corporativa y que es la primera que realizamos siguiendo los nuevos criterios de GRI-Standards.

En ella encontraréis datos sobre nuestra actividad, plan de negocio y las iniciativas que estamos impulsando para conseguir un modelo de crecimiento sostenible a todos los niveles.

Como parte de la industria, tenemos la responsabilidad de trabajar para conseguir los retos más importantes a los que la sociedad y el planeta se enfrentan, especialmente en materia de sostenibilidad ambiental y social.

En esta memoria presentamos los impactos económicos, ambientales y sociales que influyen en la toma de decisiones de la estrategia de negocio y de la que también forman parte, directa o indirectamente, nuestros partners estratégicos. En este sentido, como veréis, 2018 ha sido un año francamente muy activo, trabajando intensamente desde las diferentes áreas de MANGO como un solo equipo, de forma muy transversal y persiguiendo objetivos de forma colectiva.

Describimos también cómo estamos trabajando para conseguir los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y los Principios del Pacto Mundial, al que seguimos dando nuestro apoyo como miembros de su Comité Ejecutivo en la Red Española.



## Carta del Director General

Hace seis años empezó una transformación de la compañía con la apuesta por las megastores, mejoras logísticas y transformación digital. Hicimos una gran inversión para apoyar este crecimiento y ha merecido la pena porque ya estamos viendo mejoras sustanciales. En 2018 volvieron a crecer las ventas después de tres años, concretamente un 1,8%, lo que ha significado una facturación de 2.233 millones de euros al cierre del ejercicio 2018. A finales de año, estábamos presentes en 115 países y con una red de tiendas que supera los 817.000 m<sup>2</sup> de superficie de venta. El comportamiento del negocio online ha sido también muy bueno con un 20% del total de las ventas.

Entender al cliente y dar respuesta a sus demandas es la estrategia que hemos redefinido para los próximos tres años. Mejorar su experiencia de compra, continuar con la transformación digital y la apuesta por la omnicanalidad siguen siendo nuestras prioridades.

Para conseguirlo contamos con el mejor equipo, 15.244 personas en todo el mundo

y con nuestros franquiciados, socios estratégicos fundamentales. Todos y cada uno de ellos son los agentes transformadores necesarios para seguir siendo una empresa moderna y comprometida.

Seguiremos trabajando, bajo la etiqueta Committed, en un modelo de producción más sostenible, fomentando en nuestra colección el uso de fibras y tejidos orgánicos o reciclados y de procesos productivos más respetuosos con el entorno. Nos parece fundamental promover un modelo de economía circular y por ello continuaremos con la expansión de nuestro proyecto *Second Chances*, para que los residuos textiles que recogemos en nuestras tiendas se conviertan en nuevas materias primas y tengan una segunda vida útil.

El respeto de los derechos fundamentales de quienes conforman nuestra cadena de suministro siempre ha sido uno de los principales focos de atención dentro de nuestra acción responsable. Nuestro compromiso en este sentido se vio corroborado con la firma en julio de un acuerdo pionero de ámbito

internacional con CC.OO. de Industria. Este acuerdo se perfila como una alianza para trabajar conjuntamente en el cumplimiento de los convenios internacionales y para empoderar a las organizaciones sindicales de los países donde operamos.

Adicionalmente y como llevamos haciendo desde hace años, contribuimos a generar un impacto positivo en la sociedad a través de nuestra acción social con entidades especializadas en la promoción de la educación y la salud así como en el desarrollo social de comunidades locales o colectivos vulnerables. Y a través de nuestra Cátedra, que lleva más de diez años contribuyendo al desarrollo de la responsabilidad empresarial dentro del mundo académico y de proyectos de investigación en RSC que aporten valor compartido.

Vemos el futuro con optimismo. Hemos de unirnos a la nueva era de transformación que estamos viviendo a nivel mundial, explorando y desarrollando nuevas oportunidades, con modelos de crecimiento más eficientes

e inclusivos, apostando por tecnologías alternativas. En definitiva, una nueva manera de pensar y de hacer las cosas que aporte más valor a la sociedad de forma colectiva que para nosotros es, sin duda a través de la creación de alianzas. Éste es el camino que vamos a seguir, tal y como lo hemos planteado en el nuevo plan estratégico de RSC de MANGO para los próximos tres años.

Concluyo con un agradecimiento, en primer lugar, a Isak por su dedicación y compromiso en impulsar la transformación de la compañía en estos años, y por supuesto a todo el equipo MANGO. Estoy convencido de que tenemos aun oportunidades de mejora y que con el compromiso y trabajo de todos, seremos capaces de afrontar los nuevos retos que se presenten y conseguir nuestros objetivos sostenibles para los próximos años.



**TONI RUIZ**  
Director General

# Datos Relevantes 2018



CLIENTES

+80

PAÍSES CON TIENDA ONLINE



ECONOMÍA

77%

VENTA EN MERCADOS EXTERIORES



PROVEEDORES

1.208

FÁBRICAS UTILIZADAS



EMPLEADOS

80%

MUJERES EN PLANTILLA



MERCADO

115

PAÍSES EN LOS QUE ESTÁ PRESENTE



MEDIO AMBIENTE

+160

TIENDAS CON CONTENEDORES DE RECICLAJE TEXTIL

+817.00  
m<sup>2</sup>

SUPERFICIE DE VENTA

2.233  
Millones €

DE FACTURACIÓN

146  
Millones de uds.

FABRICADAS

15.244  
Personas

EN PLANTILLA

2.183  
Puntos de venta

13%  
Jeans Woman Sostenibles  
CON PREVISIÓN DE DUPLICAR

+6.300

MODELOS DISEÑADOS POR TEMPORADA

20%

FACTURACIÓN EN VENTA ONLINE

561

PROVEEDORES DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS

28,5

AÑOS MEDIA DE EDAD DE LA PLANTILLA

+200

MEGASTORES

+8  
Millones de uds.  
DE PRENDAS SOSTENIBLES DOBLANDO EL NÚMERO DEL AÑO ANTERIOR

# 01

## Acerca de MANGO

MANGO



Acerca de MANGO | EL GRUPO

# 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 2018, el volumen de negocio ascendió a 2.233 millones de euros, de los cuales el 77% corresponde a venta en mercados exteriores. A

31 de diciembre de 2018, MANGO estaba presente en 115 países a través de 2.183 puntos de venta, de los cuales 902 eran propios y 1.281 franquiciados, con una superficie total de venta de 817.081 m<sup>2</sup>. Contamos con 15.244 empleados en todo el mundo.

MANGO es el grupo textil español más internacional y el segundo exportador del sector, creando más de 12.500 modelos por año y produciendo más de 146 millones de artículos al año.

La sede central de MANGO está ubicada en Palau-Solità i Plegamans (Barcelona) desde donde se gestionan todas las operaciones y servicios a los puntos de venta en todo el mundo.

Además, 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: el parque logístico de Lliçà d'Amunt, los centros de distribución en Palau-Solità i Plegamans, Parets del Vallés, A Coruña y el almacén de Terrassa para materiales.

Asimismo, contamos también con otros almacenes para cubrir todas las necesidades de distribución en distintas áreas geográficas del extranjero: Alemania, China, Corea del Sur, Turquía, Rusia, España, EE.UU, en Nueva Jersey (EE.UU.) y en Alemania. Por otro lado, existen oficinas de soporte administrativo y para el control de calidad en origen en China y Turquía.



Acerca de MANGO | EL GRUPO

# Gobierno Corporativo

## COMITÉ DE DIRECCIÓN

### ISAK ANDIC

Presidente

### TONI RUIZ TUBAU

Director General

### JONATHAN ANDIC

Vicepresidente Ejecutivo

Interiorismo, Mantenimiento y obras, Compras de tecnología y servicios, Comunicación, Gestión y distribución de materiales, Imagen, Man

### DANIEL LÓPEZ GARCÍA

Vicepresidente Ejecutivo

Expansión, Gestión franquicias, Wholesale (Firmes)

### JOSEP BARBERÀ

CFO

### ELENA CARASSO BATLLE

Directora de Online y Cliente

### LUIS CASACUBERTA BAUSILI

Director de Woman & Kids

Mujer, Kids, Compras, Sourcing, Pricing, Desarrollo Hangar

### DAVID GUTIÉRREZ

Director Global RR.HH.

### JORDI ALEX MORENO

CITO

### ANTONIO PASCUAL

Director Supply Chain

### CÉSAR DE VICENTE

Director Global Retail

## COMITÉ EJECUTIVO

Comité de Dirección además de las siguientes personas:

### 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

Director Comercial de Producto (Woman)

### NÚRIA FONT

Expansión firmes

### M<sup>o</sup> JESÚS GARCÍA LECUMBERRI

Apoderada

### HUSEYIN GOLCUK SAKARYA

Country Manager Turquía, Arabia Saudí, Irán, Jordania y Pakistán

### ROGER GRAELL SOLE

e-Commerce

### SARA LEVY-LANG

Country Manager Francia

### LUIS MASERES GHILONI

Complementos

### BERTA MORAL

Kids

### ALEJANDRA MUR

Compras Woman

### EVA RELLO YUBERO

Fábrica/CMT

### JOAN DAVID RIVERA BOSCH

Imagen/Marca

### ENCARNACIÓN JUSTICIA RUANO

Diseño Woman

### DAVID SANCHO GRAU

CEO China

### LAURA SAN MARTÍN

Violeta

### ENRIC SOLER MORATA

Personas

Acerca de MANGO | EL GRUPO

# El concepto MANGO

En 2018 la nueva estrategia de negocio sigue teniendo al cliente como el centro de toda la operativa de la empresa.

Todos aquellos departamentos implicados en aportar valor al cliente revisan periódicamente su plan de acción con los órganos de gobierno de la compañía. Transmitir nuestra pasión y la cultura MANGO a la vez que generamos valor a la sociedad es la visión de MANGO en su nuevo plan de negocio para los próximos tres años.

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.



Acerca de MANGO | EL GRUPO

## Cronología y trayectoria histórica

**1984**

—  
Apertura del primer punto de venta en Passeig de Gràcia (Barcelona).

**1992**

—  
Entrada en el mercado exterior con la apertura de dos puntos de venta en Portugal.

**1995**

—  
Empieza la expansión internacional en Asia con puntos de venta en Singapur y Taiwán.

**2006**

—  
MANGO entra en EEUU. Entra en funcionamiento el centro de diseño de 12.000 m<sup>2</sup> "El Hangar".

**2002**

—  
MANGO entra en China y Australia, estando presente en los cinco continentes.

**2000**

—  
Inauguración del portal de venta online.

**2008**

—  
Entra en funcionamiento el nuevo Centro Dinámico de Distribución (CDD) en Parets del Vallés (Barcelona).

MANGO incorpora la marca Barcelona a su imagen.

MANGO inaugura su primera tienda para hombre H.E. by MANGO.

**MANGO****2011**

—  
Renovación de la imagen corporativa con un nuevo logotipo.

**2013**

—  
Lanzamiento de las nuevas líneas MANGO Kids y MANGO Sport & Intimates.

**2016**

—  
Consolidación del nuevo modelo de retail con la apertura de 27 nuevas megastores llegando a un total de 191.

Puesta en marcha de la primera fase de Lliçà d'Amunt para las prendas de colgado.

**violeta**  
BY MANGO**2014**

—  
Lanzamiento de la línea Violeta by MANGO.

Expansión del eCommerce: incorporación de doce nuevos países, alcanzando un total de 76 países en los que está disponible la venta online.

**2017**

—  
Apertura de las tiendas flagship de Serrano (Madrid), Restauradores (Lisboa) y Soho (Nueva York).

Lanzamiento de la primera colección producida con materiales sostenibles: MANGO Committed.

MANGO "Multinacional Española del Año" por parte de los Premios Emprendedores 2017.

**2018**

—  
Expansión en oriente medio, lanzamiento MANGO kids en China, apertura primera tienda en Kenia y Laos.

Inauguración de la nueva megastore en la calle Preciados de Madrid.

Nombramiento del nuevo Director General.

Acerca de MANGO | EL GRUPO

# Valores

El comportamiento ético y sostenible de cualquier organización es consecuencia de la calidad humana de las personas que la componen a todos sus niveles, por este motivo, los valores de nuestro equipo son muy importantes.

Nuestra voluntad es la de desarrollar y aplicar estos valores en todos nuestros ámbitos de influencia, tanto internos como externos.

Nuestra filosofía *One Team* es la de trabajar siguiendo estos valores, como un solo equipo y con objetivos colectivos.



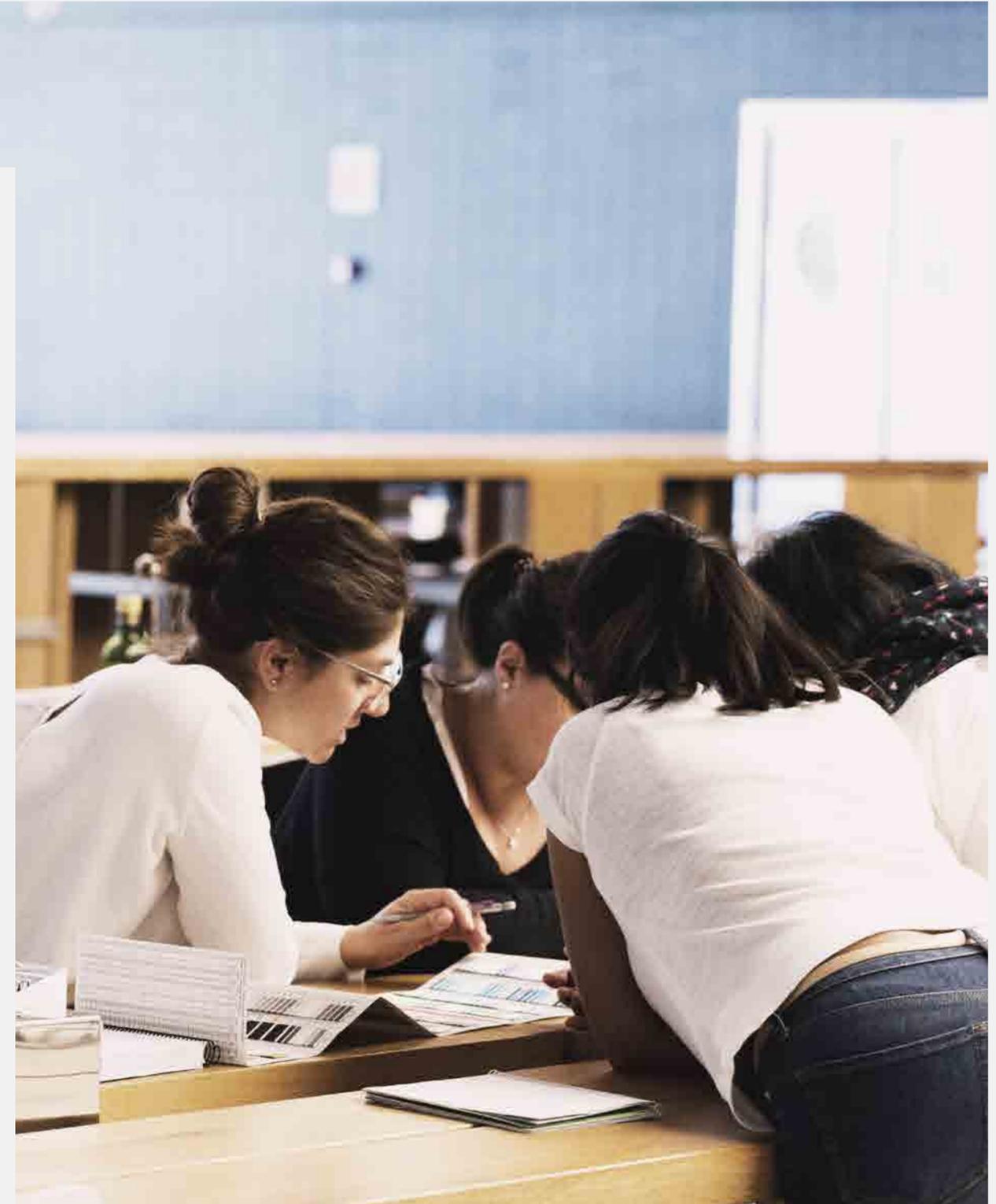
## Nuestros valores

### PERSONALES

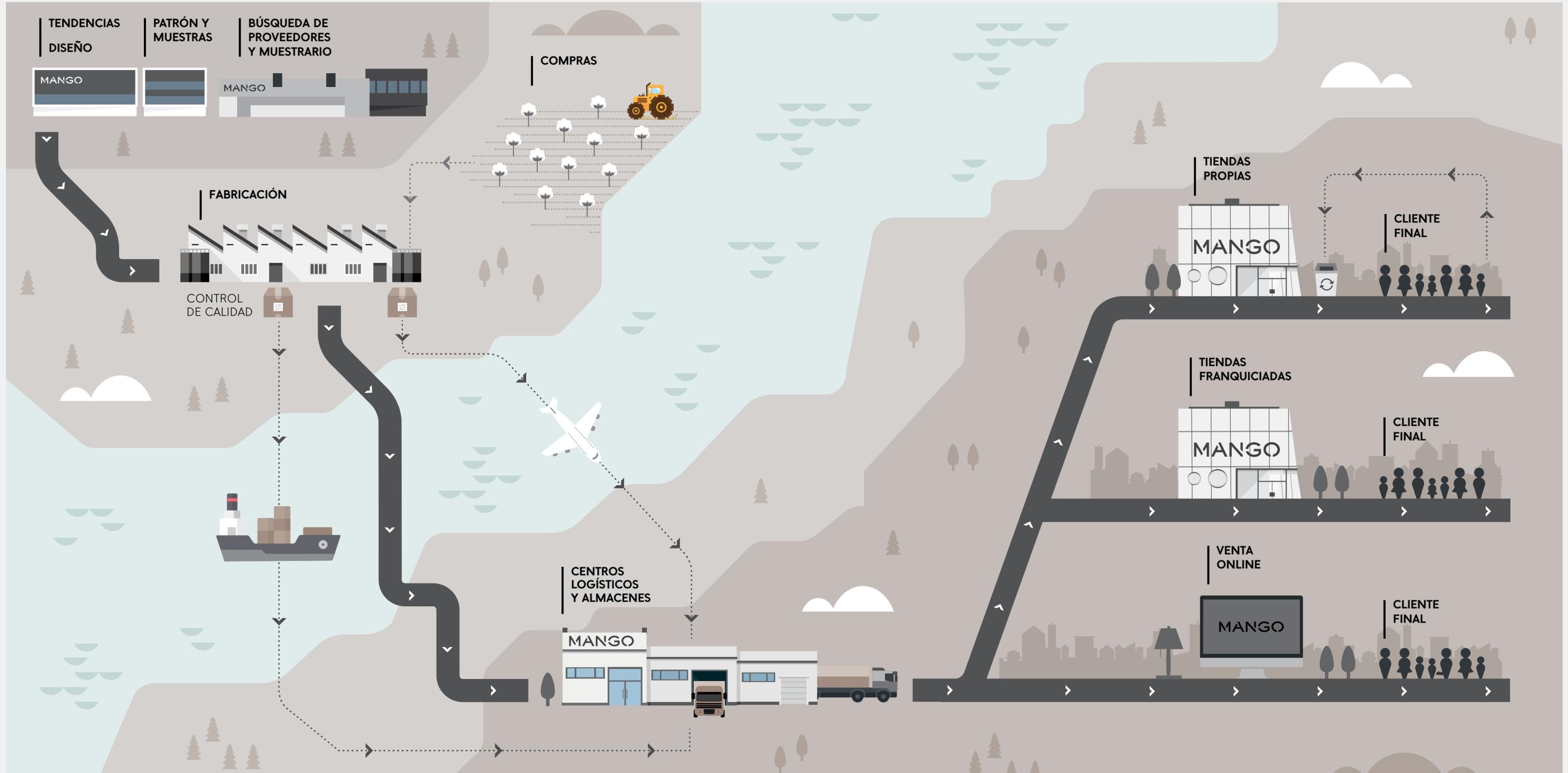
HUMILDE  
POSITIVO  
HONESTO  
RESPECTUOSO

### PROFESIONALES

EFICAZ  
HAZLO FÁCIL  
EN EQUIPO  
PARA EL CLIENTE  
ORIENTADO  
AL NEGOCIO



Acerca de MANGO | NUESTRA CADENA DE VALOR



MANGO

# 02

Acerca  
de la memoria



Acerca de la memoria

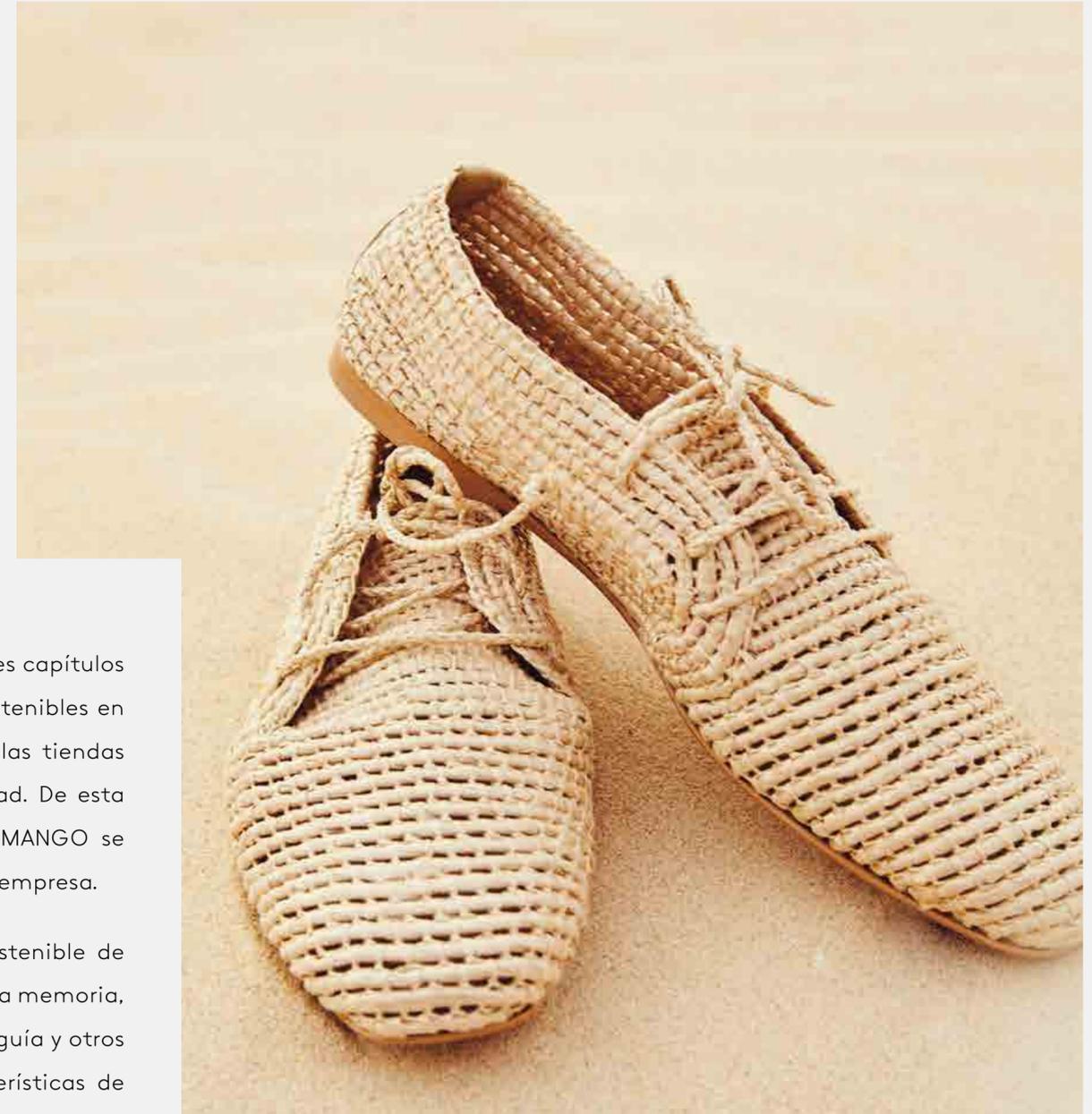
**El periodo cubierto en la presente memoria comprende del 1 de enero al 31 de diciembre de 2018. La información corresponde al grupo consolidado MANGO formado por MANGO MNG HOLDING, S.A.U. y sociedades dependientes.**

La memoria, elaborada anualmente 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 de Global Reporting Initiative GRI Standards, según la opción “De conformidad – Esencial”. 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 será revisado por el equipo de analistas de la Red Española del Pacto Mundial como cada año para confirmar que 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 la estructura marcada en el nuevo plan estratégico de

RSC como hilo argumental a lo largo de los diferentes capítulos que engloba todas nuestras políticas y acciones sostenibles en cuanto al producto, a la cadena de suministro, a las tiendas e instalaciones y en relación a clientes y la sociedad. De esta manera, hemos querido reflejar como la RSC en MANGO se dibuja de forma transversal en todas las áreas de la empresa.

Todos los temas 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. Asimismo, se identifican los principales ODS relacionados con las acciones expuestas en la memoria.



14

Acerca de la memoria

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 GRI Standards. Durante la verificación se evalúan los contenidos de la memoria mediante pruebas aleatorias, inspección de documentos y entrevistas a empleados y altos ejecutivos que se consideren necesarios.

La fecha del último informe es junio de 2018.

El certificado de verificación se puede consultar a continuación.



# 03

## El modelo de Sostenibilidad de MANGO

MANGO



GRUPOS DE INTERÉS  
Y MATERIALIDAD / 20

BUEN GOBIERNO / 27

PERSONAS / 28

PRODUCTO / 45

CADENA  
DE SUMINISTRO / 59

TIENDAS  
E INSTALACIONES / 72

CLIENTES  
& SOCIEDAD / 84

El modelo de Sostenibilidad de MANGO

**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 con el desarrollo sostenible.**

Todos y cada uno de los empleados de MANGO implanta acciones de RSC impulsados transversalmente por el departamento de responsabilidad social corporativa, en estrecha colaboración con departamentos clave y a través de alianzas externas.

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.

El plan estratégico de responsabilidad social corporativa de MANGO, comprende los objetivos establecidos en relación con aspectos de sostenibilidad, de la cadena de suministro y del bienestar de la plantilla. Seguimos trabajando en los objetivos marcados y está prevista una actualización en el presente año del mencionado plan para ampliarlos y 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 2018 hemos llevado a cabo formación interna sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO



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.

Garantizar un comportamiento ético y responsable dentro de la organización es un aspecto integral de MANGO. 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 refleja las prácticas responsables del grupo en todos sus ámbitos de influencia.

Todos nuestros compromisos así como los valores de MANGO quedan reflejados 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.

El modelo de Sostenibilidad de MANGO

## Nuestra responsabilidad y alianzas



**2001**  
—

Acuerdo con el Instituto Tecnológico Aitex que garantiza que nuestras prendas y complementos no contienen sustancias nocivas para la salud.



**2002**  
—

Creación del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa.

Elaboración del Código Ético de MANGO y del Código de Conducta para proveedores.

Iniciación de auditorías internas y externas de verificación del cumplimiento del Código de Conducta para proveedores.



**2005**  
—

Publicación de la primera memoria de sostenibilidad de MANGO elaborada según la guía del Global Reporting Initiative (GRI).



**2008**  
—

Acuerdo de colaboración con la Fundación para la adopción, el apadrinamiento y la defensa de los animales (FAADA), perteneciente a la coalición internacional Fur Free Alliance (FFA).



**2006**  
—

Acuerdo de colaboración con el sindicato Comisiones Obreras (CC.OO.), concretamente con la Federación Textil y Química (FITEQA), en aspectos como la estructura y contenido de la memoria de sostenibilidad, y en el seguimiento y verificación de las fábricas con las que trabajamos.

Creación de la Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa con la Escuela Superior de Comercio Internacional (ESCI) perteneciente a la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.

[www.mango.es/ci](http://www.mango.es/ci)



**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**  
—

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.



**2015**  
—

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



**2014**  
—

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

[www.respon.cat](http://www.respon.cat)



**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.

[bangladeshaccord.org/](http://bangladeshaccord.org/)



**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.



**2018**  
—

Adhesión a varias iniciativas: SEDEX, BCI.

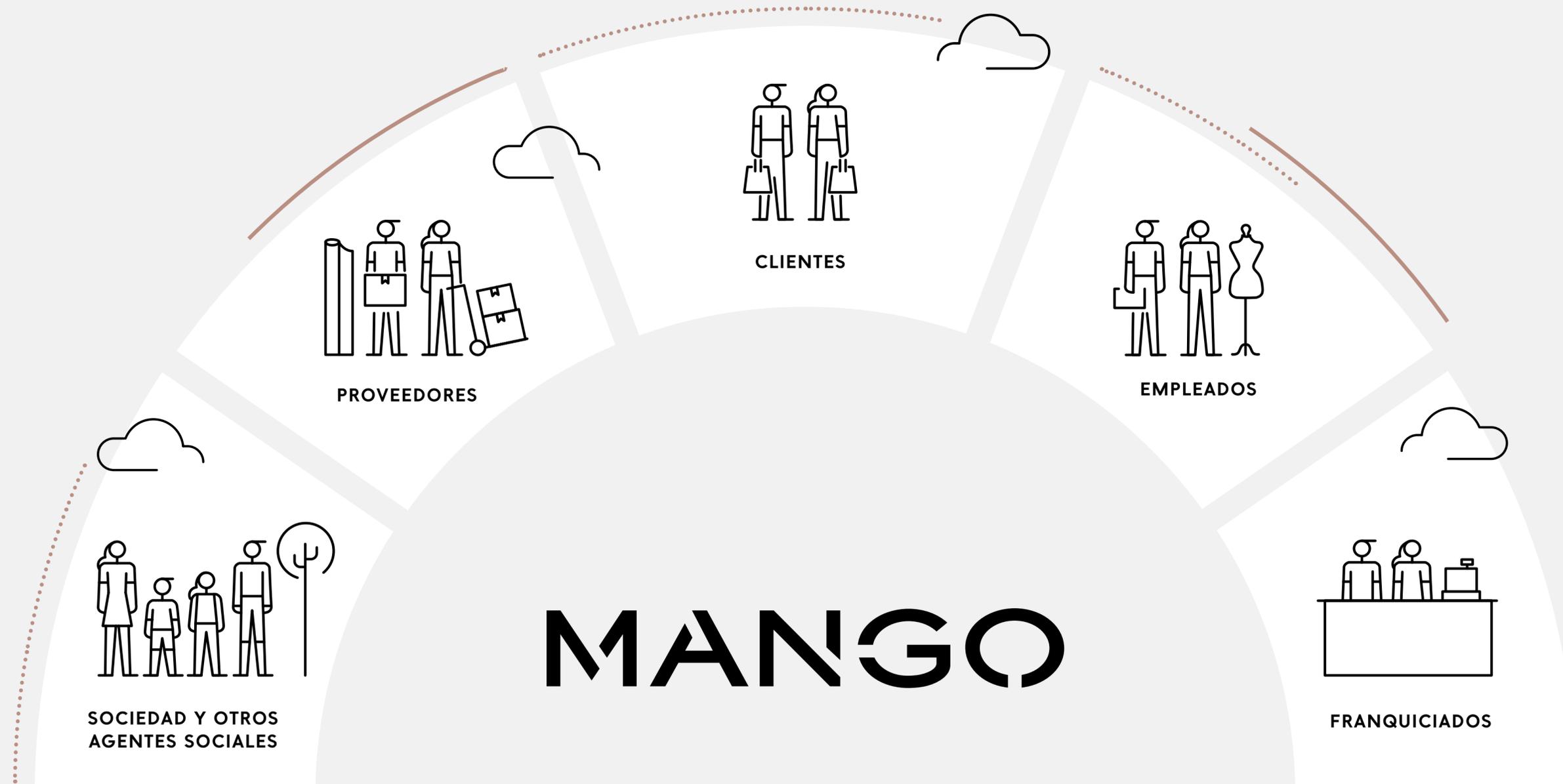
Acuerdo pionero de ámbito internacional con CC.OO. de Industria para trabajar conjuntamente en acciones concretas en la cadena de suministro.

X Aniversario de nuestra colaboración con fundación CARES en la logística E-Commerce.

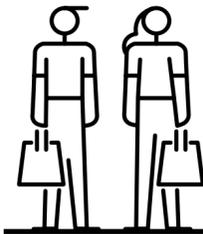
Miembro fundador del Foro Social de la Industria de la Moda de España

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD

# Nuestros grupos de interés y matriz de materialidad



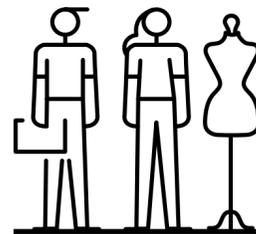
## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD

**CLIENTES**

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

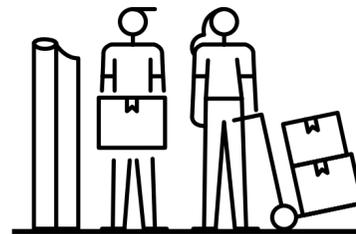
Para ello MANGO les ofrece un producto de moda, con calidad, buen diseño y a un buen precio en puntos de venta diseñados para ofrecer una buena experiencia de compra. Seguimos trabajando para satisfacer sus necesidades y ofrecer unos productos acordes con los gustos y tendencias de moda de todos los 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.

**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.

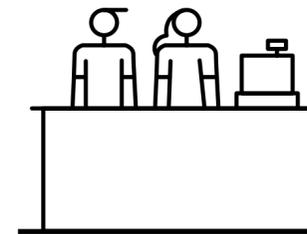
**PROVEEDORES**

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.

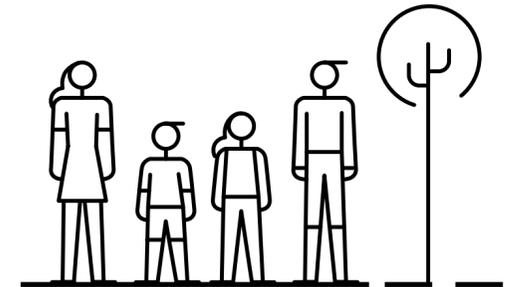
**FRANQUICIADOS**

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.

**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.

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD

# Matriz de materialidad

En 2018, no se ha realizado ninguna actualización de la matriz de materialidad presentada en la última memoria de sostenibilidad de la compañía puesto que no se ha producido ningún cambio sustancial que haya alterado las prioridades de la compañía y las de sus grupos de interés.

Aquellos temas que tras el análisis se consideraron relevantes son los que se incluyeron en el informe y que aparecen representados en la matriz de materialidad.

El enfoque que se adopta en esta memoria es coherente con los principios definidos por Global Reporting Initiative (GRI) sobre transparencia en las Memorias de Sostenibilidad, tanto en lo relativo a la determinación de los temas sobre los que informar como a la calidad y presentación adecuada de la información.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD

## Principios para la elaboración de informes relativos a la definición del contenido del informe



### INCLUSIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Inclusión de todos nuestros grupos de interés para obtener información relevante que detecte los temas de interés para los diferentes públicos.



### SOSTENIBILIDAD

Planteamos los riesgos y retos a los que nos enfrentamos y comunicamos nuestros impactos y contribuciones en temas ambientales y sociales que se extienden a lo largo de nuestra cadena de valor.



### MATERIALIDAD

La información contenida en la memoria cubre aquellos aspectos que reflejan los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.



### EXHAUSTIVIDAD

Compartimos los aspectos materiales de nuestra estrategia de negocio y su alcance de forma que reflejen los impactos significativos tanto a nivel económico, social como ambiental. Nuestro objetivo es que los grupos de interés cuenten con los elementos necesarios para analizar el desempeño de MANGO en 2018.

## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD



## IDENTIFICACIÓN

1



Identificamos los temas potencialmente relevantes

Como paso inicial, elaboramos un listado de temas potencialmente relevantes para la actividad de MANGO. En esta fase se tuvieron en cuenta los temas recogidos en los estándares GRI, los temas considerados significativos para la organización, y otros temas identificados mediante un análisis del sector (iniciativas de sostenibilidad) y un análisis de otras empresas textiles.

El análisis para la identificación de los temas se considera válido y vigente para este informe. A raíz de cambios en la estructura directiva así como de la actualización del plan estratégico de RSC, se prevé que para el informe de 2019 se lleve a cabo una nueva identificación de temas. En particular, para esta edición del 2018, hemos adoptado los nuevos Estándares GRI.

## PRIORIZACIÓN

2



Hacemos un análisis interno y preguntamos a nuestros grupos de interés

En 2014, MANGO llevó a cabo su primer análisis de materialidad con el objetivo de priorizar los aspectos relevantes para MANGO. Este proceso se realizó teniendo en cuenta los resultados obtenidos a través de una encuesta online enfocada desde un doble prisma: análisis externo: proveedores y otros agentes sociales (tercer sector, mundo académico, medios de comunicación y otros organismos) y análisis interno: directivos y empleados.

Después de la primera edición, cada año hemos llevado a cabo diversas acciones para dar continuidad, actualizar y ampliar el análisis de materialidad, a través de nuevas encuestas online y se añadieron nuevos grupos de interés como los franquiciados y clientes.

## VALIDACIÓN

3

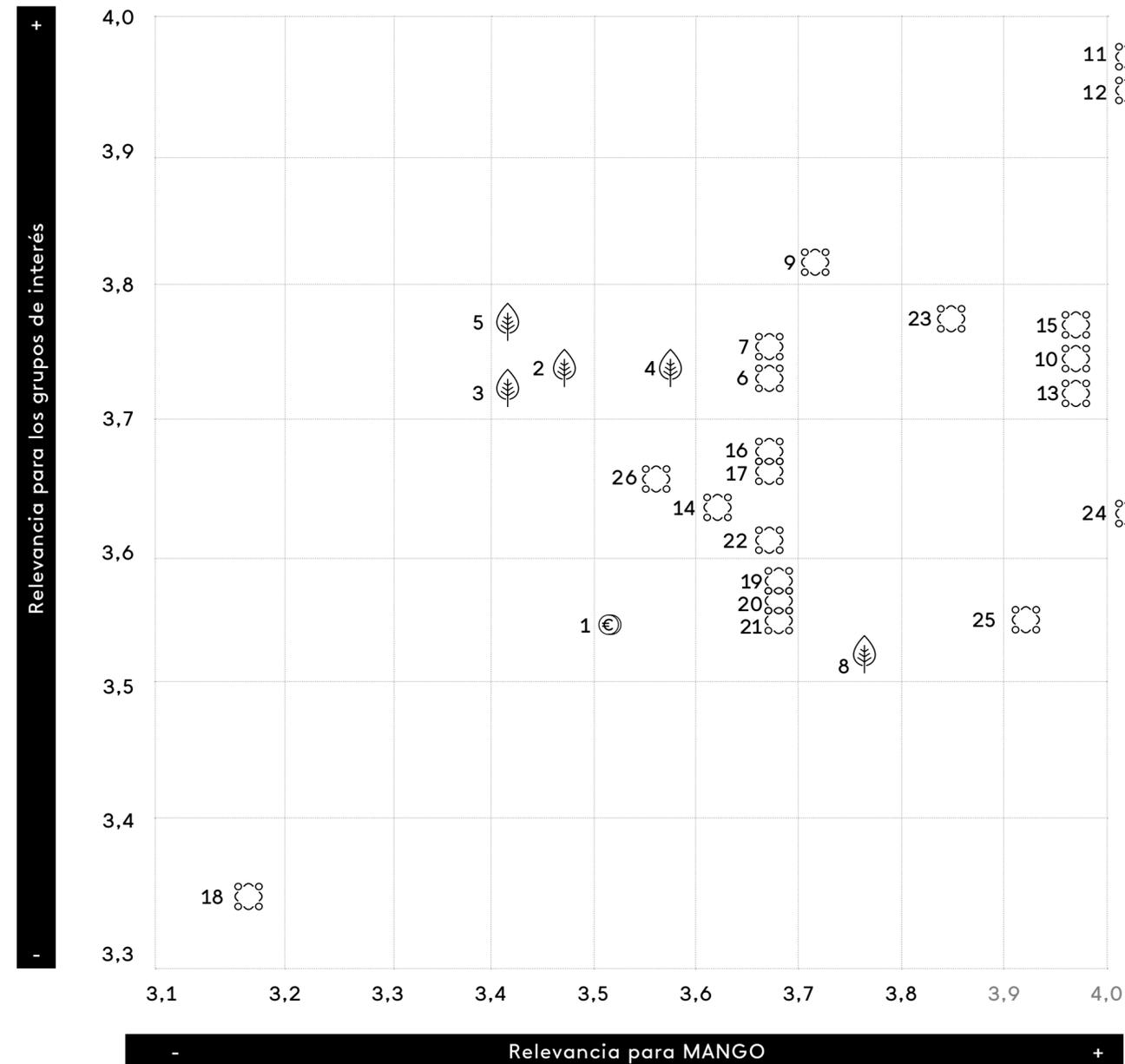


Revisamos y confirmamos la fidelidad de los resultados obtenidos

En MANGO, nos aseguramos de que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada los temas relevantes para el desempeño sostenible de la organización. Para ello, se analizan de forma periódica los resultados obtenidos.

En 2017, el área de Responsabilidad Social Corporativa consideró pertinente, en base a los resultados derivados de las fases anteriores, determinar también como materiales: Desempeño económico, Acción social y Cátedra RSC. Este 2018, tras realizar la correspondiente evaluación, se han considerado vigentes los resultados anteriormente obtenidos. En el proceso también se determinan las Coberturas de los temas materiales.

### Matriz de materialidad

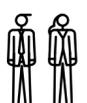


	MANGO	GRUPOS DE INTERÉS <sup>1</sup>
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>		
€ 1 Desempeño económico	3,50	3,53
<b>DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>		
🌿 2 Emisiones	3,44	3,74
🌿 3 Efluentes y residuos	3,38	3,73
🌿 4 Cumplimiento ambiental	3,56	3,73
🌿 5 Productos químicos	3,38	3,79
<b>DESEMPEÑO SOCIAL</b>		
👤 6 Empleo	3,63	3,72
👤 7 Salud y seguridad en el trabajo	3,63	3,74
👤 8 Formación y enseñanza	3,75	3,52
👤 9 Diversidad e igualdad de oportunidades	3,69	3,81
👤 10 No discriminación	3,94	3,75
👤 11 Trabajo infantil	4,00	3,95
👤 12 Trabajo forzoso u obligatorio	4,00	3,95
👤 13 Evaluación de los derechos humanos	3,94	3,75
👤 14 Evaluación social de los proveedores	3,59	3,63
👤 15 Salarios y horarios	3,94	3,75
👤 16 Anticorrupción	3,63	3,66
👤 17 Competencia desleal	3,63	3,66
👤 18 Acción social y cátedra RSC	3,13	3,34
👤 19 Código de conducta	3,63	3,59
👤 20 Proceso de auditoría	3,63	3,59
👤 21 Detección de incumplimientos	3,63	3,59
👤 22 Planes de acción correctivos	3,63	3,59
👤 23 Salud y seguridad de los clientes	3,81	3,78
👤 24 Marketing y etiquetado	4,00	3,68
👤 25 Privacidad del cliente	3,88	3,56
👤 26 Cumplimiento socioeconómico	3,53	3,66

<sup>1</sup>Media calculada en base a los porcentajes de ponderación de los grupos de interés.

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD

## Temas materiales por grupo de interés

GRUPOS DE INTERÉS	PRINCIPALES TEMAS IDENTIFICADOS
 <b>EMPLEADOS</b>	Prohibir el trabajo infantil o forzoso en la cadena de proveedores Respetar la diversidad e igualdad de oportunidades y de retribución entre hombres y mujeres Crear ocupación y ofrecer empleos estables y de calidad Garantizar la calidad y seguridad de los productos Velar por unas condiciones laborales dignas en la cadena de proveedores
 <b>PROVEEDORES</b>	Prohibir el trabajo infantil o forzoso en la cadena de proveedores Garantizar la calidad y seguridad de los productos Hacer un uso razonable de los productos químicos durante la fabricación Cumplir la legislación que afecta a los productos y su venta Asegurar la privacidad de los clientes
 <b>OTROS AGENTES SOCIALES</b>	Prohibir el trabajo infantil o forzoso en la cadena de proveedores Respetar la diversidad e igualdad de oportunidades y de retribución entre hombres y mujeres Evaluar los proveedores según criterios de derechos humanos Evaluar los proveedores según criterios laborales Velar por unas condiciones laborales dignas en la cadena de proveedores
 <b>CLIENTES</b>	Prohibir el trabajo infantil o forzoso en la cadena de proveedores Asegurar la privacidad de los clientes Hacer un uso razonable de los productos químicos durante la fabricación Reducir las emisiones contaminantes y luchar contra el cambio climático Reducir y valorizar los residuos (reutilización, reciclaje...) y minimizar el impacto ecológico de las aguas vertidas
 <b>FRANQUICIADOS</b>	Prohibir el trabajo infantil o forzoso en la cadena de proveedores Hacer un uso razonable de los productos químicos durante la fabricación Garantizar la calidad y seguridad de los productos Promover la salud y seguridad en el lugar de trabajo Ser competitivos en el mercado
 <b>DIRECTIVOS</b>	Velar por la satisfacción de los clientes y ofrecerles información clara sobre los productos Prohibir el trabajo infantil o forzoso en la cadena de proveedores Velar por unas condiciones laborales dignas en la cadena de proveedores (control de horas extras, salarios justos, salud y seguridad, no discriminación, etc.) Asegurar la privacidad de los clientes Garantizar la calidad y seguridad de los productos



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | BUEN GOBIERNO

# Buen gobierno

MANGO es una empresa familiar donde la comunicación es directa y permanente entre los órganos de gobierno.

Somos conscientes de la necesidad de garantizar una competencia honesta y protegerla frente a cualquier tipo de ataque contrario al interés de la propia compañía, así como de la industria y la sociedad en general.

MANGO promueve el comportamiento profesional, ético y responsable en el desempeño de sus actividades profesionales en cualquier parte del mundo como elemento básico de su cultura empresarial. Para ello, se ha establecido una estructura organizativa del grupo formado por varios comités que supervisan en todo momento que las políticas y procedimientos se desarrollen dentro de un marco general de buen gobierno.

En 2015 se creó un Comité de Dirección 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 así como de la toma de decisiones sobre los temas económicos, ambientales y sociales.

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 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. Además, existe el servicio de resolución de conflictos para identificar, intervenir y resolver, de forma independiente conflictos interpersonales en el caso de ser necesario.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

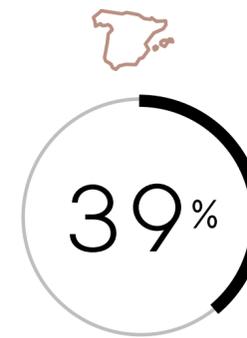
# Personas

La creación de empleo de calidad y la estabilidad de nuestro equipo humano son claves para el éxito de MANGO.

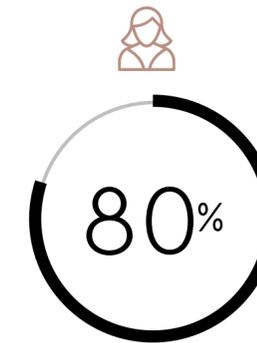
Queremos seguir siendo una empresa moderna y comprometida donde las personas puedan crecer y desarrollarse profesionalmente. La estabilidad, el diálogo, la formación y el reconocimiento son pilares sobre los que trabajamos en el día a día como agentes transformadores para afrontar nuevos retos y conseguir objetivos clave.

Para garantizar el bienestar de las personas, varios departamentos se centran en la mejora continua de las condiciones de trabajo de nuestros empleados, así como velar por su salud y seguridad.

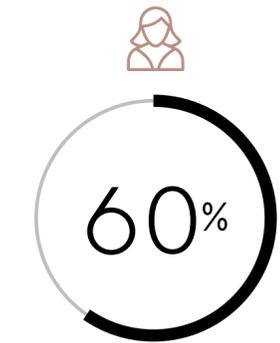
## Perfil de nuestro equipo humano



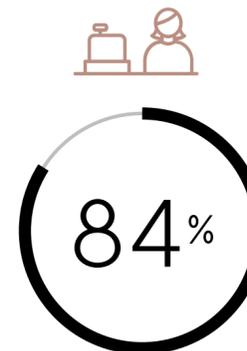
PLANTILLA  
EN ESPAÑA



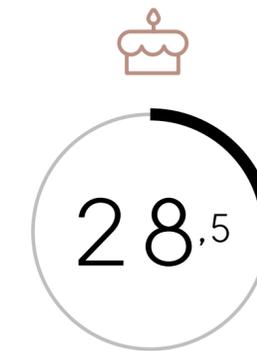
MUJERES  
EN PLANTILLA



MUJERES  
EN ESTRUCTURA



MUJERES  
EN PUNTOS  
DE VENTA



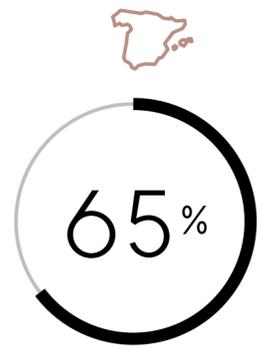
MEDIA DE EDAD  
DE LAS PERSONAS



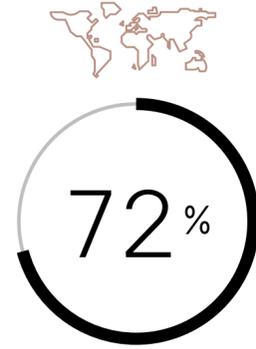
PLANTILLA CUBIERTA  
POR CONVENIO Y  
LA LEY LABORAL  
CORRESPONDIENTE

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

TIPO DE CONTRATO

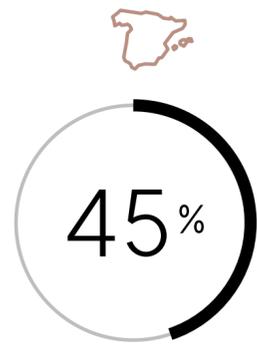


CONTRATO FIJO ESPAÑA



CONTRATO FIJO EXTRANJERO

TIPO DE JORNADA



CONTRATO A TIEMPO COMPLETO ESPAÑA



CONTRATO A TIEMPO COMPLETO EXTRANJERO

PERSONAL



15.244

TOTAL PERSONAS EN PLANTILLA



2.583

PERSONAL DE ESTRUCTURA



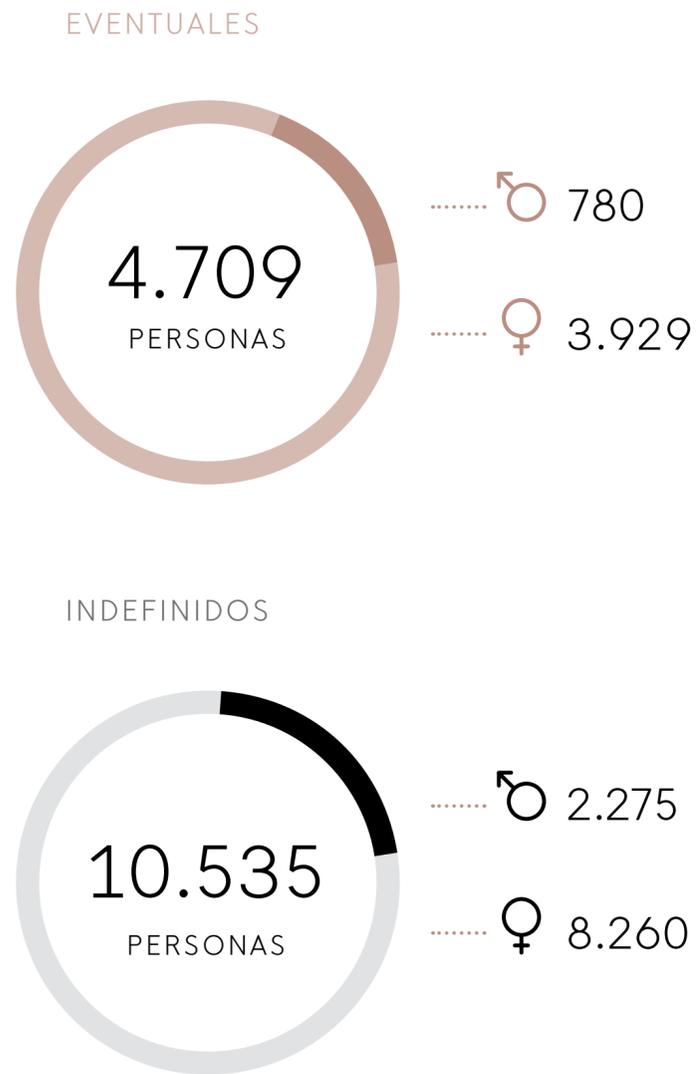
12.661

PERSONAL DE PUNTOS DE VENTA

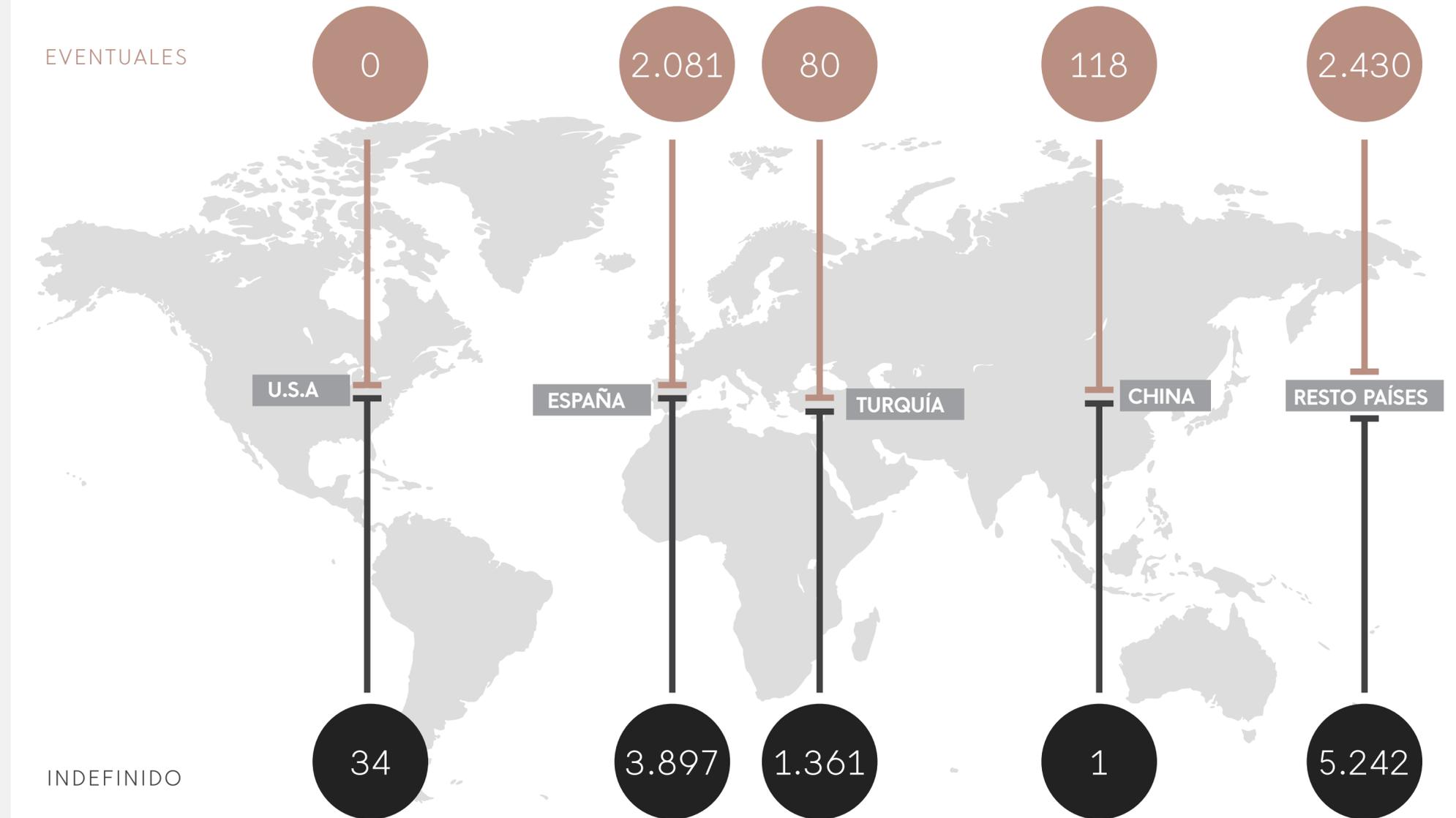


El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

CONTRATO LABORAL POR SEXO



CONTRATO LABORAL POR REGIÓN



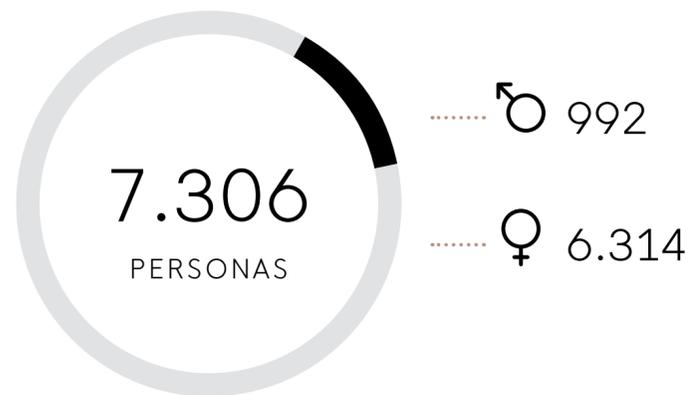
El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

JORNADA LABORAL POR SEXO

COMPLETO



PARCIAL



CATEGORÍA LABORAL POR SEXO Y GRUPO DE EDAD

ÓRGANOS DE GOBIERNO

30-50 AÑOS



> 50 AÑOS



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

CATEGORÍA LABORAL POR SEXO Y GRUPO DE EDAD

CENTRAL ESPAÑA

ADMINISTRATIVO

< 30 AÑOS



30-50 AÑOS



> 50 AÑOS



OPERARIOS

< 30 AÑOS



30-50 AÑOS



> 50 AÑOS



DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

< 30 AÑOS



30-50 AÑOS



> 50 AÑOS



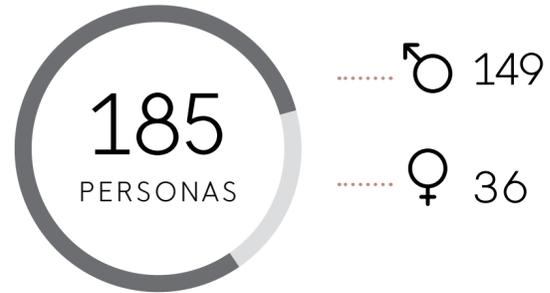
El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

INFORMÁTICOS

< 30 AÑOS



30-50 AÑOS



> 50 AÑOS



OTRAS POSICIONES

30-50 AÑOS

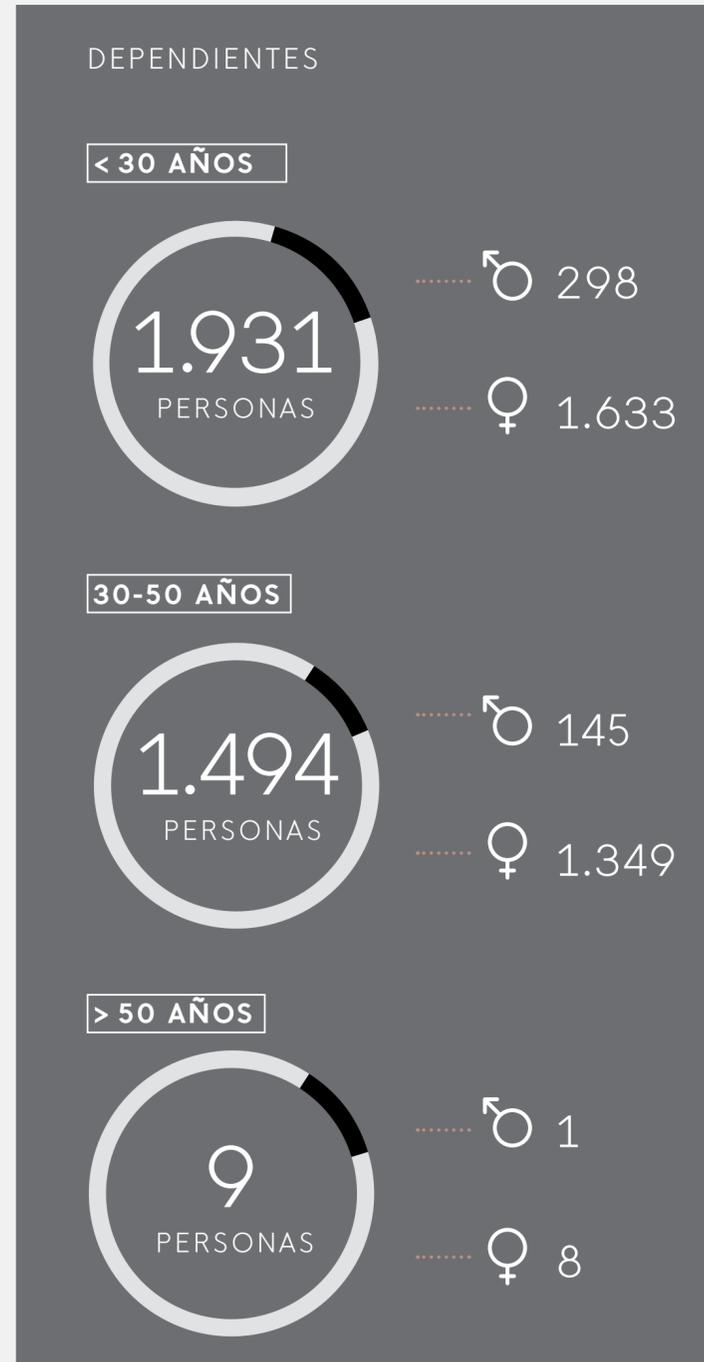


> 50 AÑOS

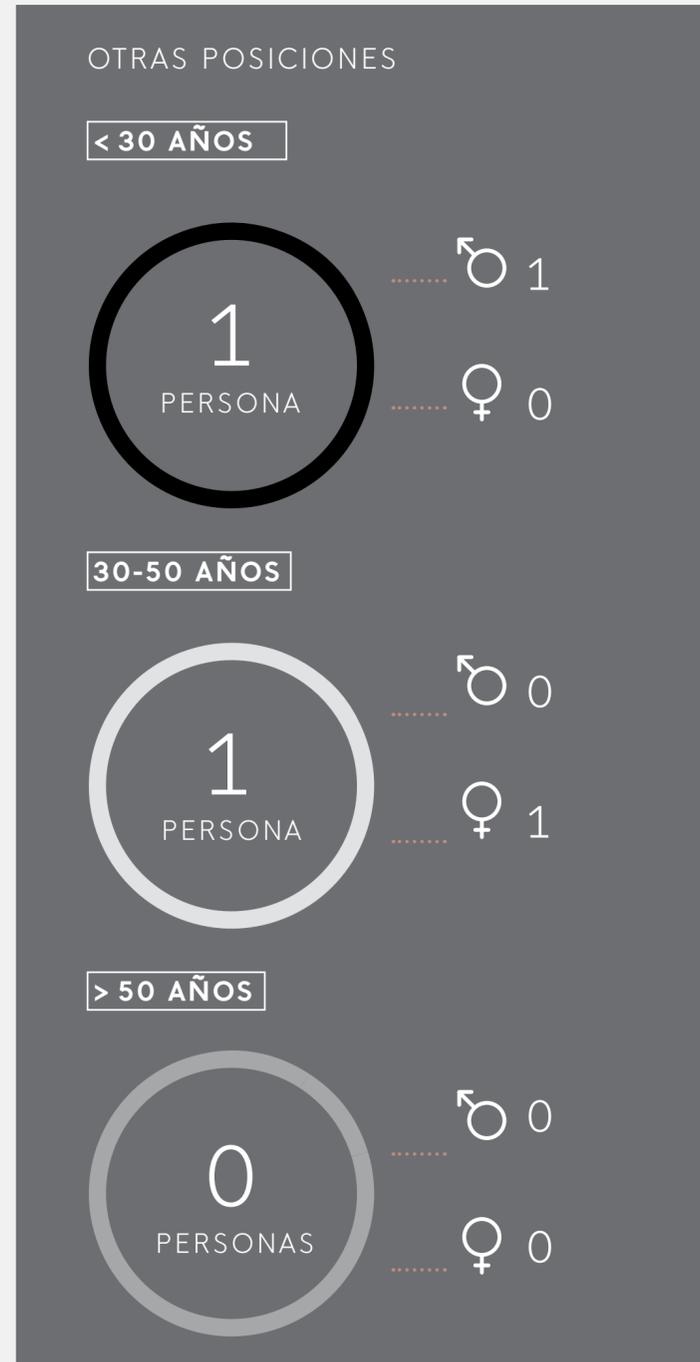


El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

TIENDAS ESPAÑA



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS



**Un entorno diverso e inclusivo**

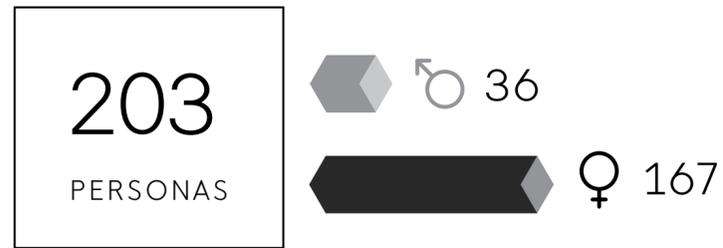
Nuestra organización se caracteriza por la diversidad cultural fruto de la internacionalización de nuestro negocio. Es por este motivo que la igualdad de género, la no discriminación, y la igualdad de oportunidades son un compromiso inherente en la gestión de las personas.

Existen varios departamentos implicados en el seguimiento y cumplimiento de estos aspectos con el fin de evitar cualquier impacto negativo dentro y fuera de la organización.

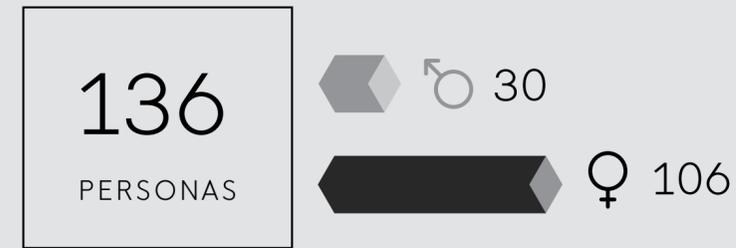
El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

PERMISO DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD

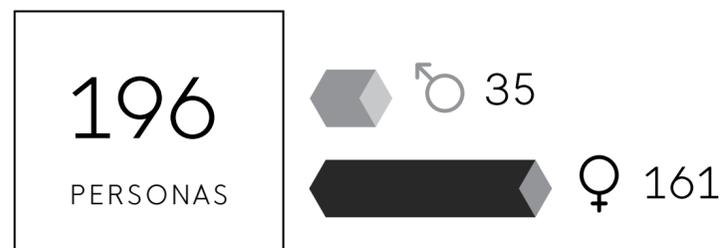
Nº DE EMPLEADOS CON DERECHO A PERMISO PARENTAL



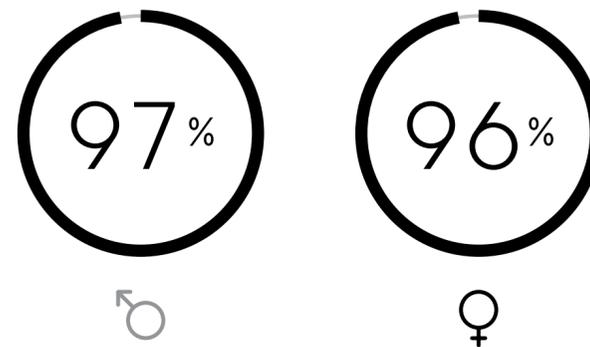
Nº DE EMPLEADOS QUE SIGUEN SIENDO EMPLEADOS 12 MESES DESPUÉS DE PERMISO PARENTAL



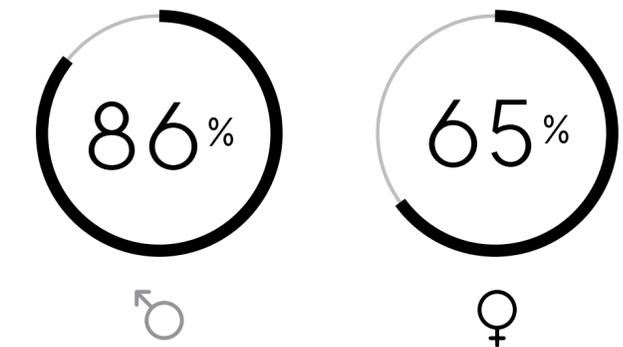
Nº DE EMPLEADOS QUE HAN REGRESADO AL TRABAJO DESPUÉS DE TERMINAR EL PERMISO PARENTAL



TASA DE REGRESO AL TRABAJO DE EMPLEADOS QUE SE ACOGIERON AL PERMISO PARENTAL



TASA DE RETENCIÓN DE EMPLEADOS QUE SE ACOGIERON AL PERMISO PARENTAL



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

## Política de remuneraciones

Para las diferentes categorías de trabajadores los salarios pagados están, de media, por encima de los sueldos del sector. En 2018 la relación entre salario inicial estándar establecido por MANGO y el salario según convenio fue de un 47% para central 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.

Garantizamos la igualdad de salarios y derechos en nuestra organización. 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.

### BENEFICIOS PARA LOS EMPLEADOS

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.

## BENEFICIOS PARA LOS EMPLEADOS



FLEXIBILIDAD HORARIA



SUSPENSIONES TEMPORALES POR MOTIVOS PERSONALES



AMPLIACIÓN DEL TIEMPO PARA PODER ASISTIR A LAS VISITAS MÉDICAS



JORNADA INTENSIVA LOS VIERNES Y VÍSPERAS DE FESTIVOS



SUBVENCIÓN DE COMEDOR



TRANSPORTE COLECTIVO GRATUITO



ACUERDOS ESPECIALES Y DESCUENTOS

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

## Diálogo permanente

Disponemos de canales para fomentar la cohesión del equipo y mantener a los empleados constantemente informados, a través del Portal del Empleado, 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.

## 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 2018 incorporamos 417 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.

En 2018 celebramos el X aniversario de trabajo conjunto con el Centro Especial de Empleo Fundación CARES. Empezamos la colaboración con 14 personas con discapacidad psíquica y física y cerramos el año con una plantilla de 190 personas. De ellas, un 85% de colectivos vulnerables –discapacidad y riesgo de exclusión– y un 50% son de especial dificultad. Por tipología, un 34% son personas con alguna discapacidad psíquica o trastorno mental diagnosticado, un 48% tienen discapacidades físicas o sensoriales y un 18% se encuentran en riesgo de exclusión social.

Durante las campañas promocionales los puestos de trabajo creados aumentaron hasta un total de 320 personas. La preparación de los pedidos de e-commerce que enviamos a todo el mundo es la actividad que realizan.



38

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

## 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.

En 2018, 315 personas optaron a un puesto superior en la central y 540 personas en puntos de venta en España.

CENTRAL

315

PERSONAS

optaron a un  
puesto superior

PUNTOS DE VENTA

540

PERSONAS

optaron a un  
puesto superior

## Seguridad en el entorno laboral

Nuestros empleados son uno de nuestros grupos de interés prioritarios y por esos se desarrollan políticas de seguridad y salud para garantizar la mejora continua de su seguridad en el entorno laboral.

Los objetivos de la Política de Seguridad y Salud de MANGO son el desarrollo y la promoción de estrategias que mejoran las condiciones de trabajo para la salud física, psíquica y social de los trabajadores, y que favorecen y consolidan buenos hábitos de trabajo.

Otro aspecto esencial en la seguridad de los empleados es la alerta de situaciones de riesgo durante los viajes de empresa que se realizan. La política de seguridad de los viajeros de MANGO cubre los aspectos fundamentales para proporcionar a los viajeros la seguridad en sus desplazamientos y otra información de interés como vacunas recomendadas, contactos en situaciones de emergencia, etc.

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.

Las principales actividades realizadas para la prevención de riesgos laborales son las siguientes:

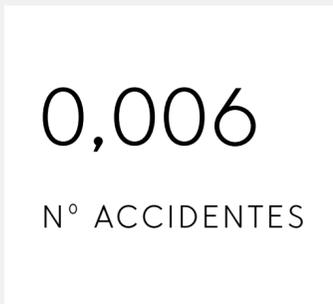
 <p><b>EVALUACIONES DE RIESGOS</b></p>	<p>Identificamos y evaluamos los riesgos asociados a los puestos de trabajo como parte del ciclo de mejora continua en la gestión, avanzando en todos los aspectos de salud y seguridad de los trabajadores. Estas evaluaciones se llevan a cabo tanto en oficinas y almacenes 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> <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>
 <p><b>COMUNICADOS DE RIESGOS</b></p>	<p>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.</p>
 <p><b>VIGILANCIA DE LA SALUD</b></p>	<p>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.</p>

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

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.

Nº DE ACCIDENTES EN RELACIÓN AL Nº DE EMPLEADOS

ESTRUCTURA



PUNTOS DE VENTA



DURACIÓN MEDIA DE LAS BAJAS (DÍAS)

ESTRUCTURA

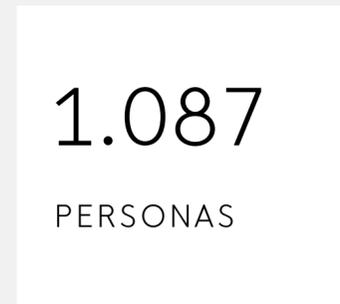


PUNTOS DE VENTA

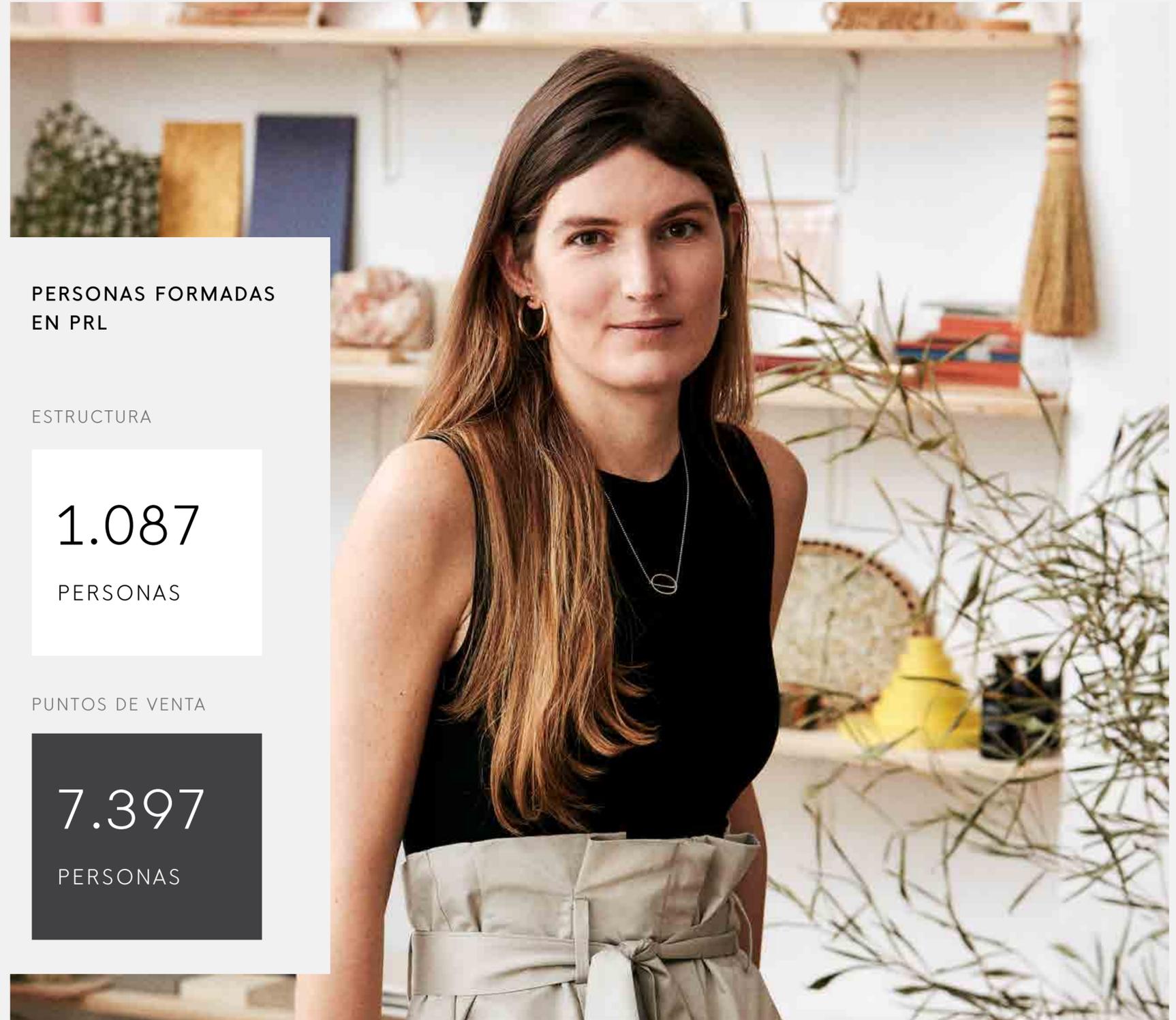


PERSONAS FORMADAS EN PRL

ESTRUCTURA



PUNTOS DE VENTA



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

## Oportunidades de formación y desarrollo profesional

Un aspecto clave para la retención del talento es la formación continua. Es imprescindible proporcionar programas de formación que añadan valor al empleado y repercutan en sus cualidades. Esto refuerza el vínculo con la empresa y hace que el empleado se sienta valorado.

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, tanto en tiendas como en la sede central.

En 2018 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.



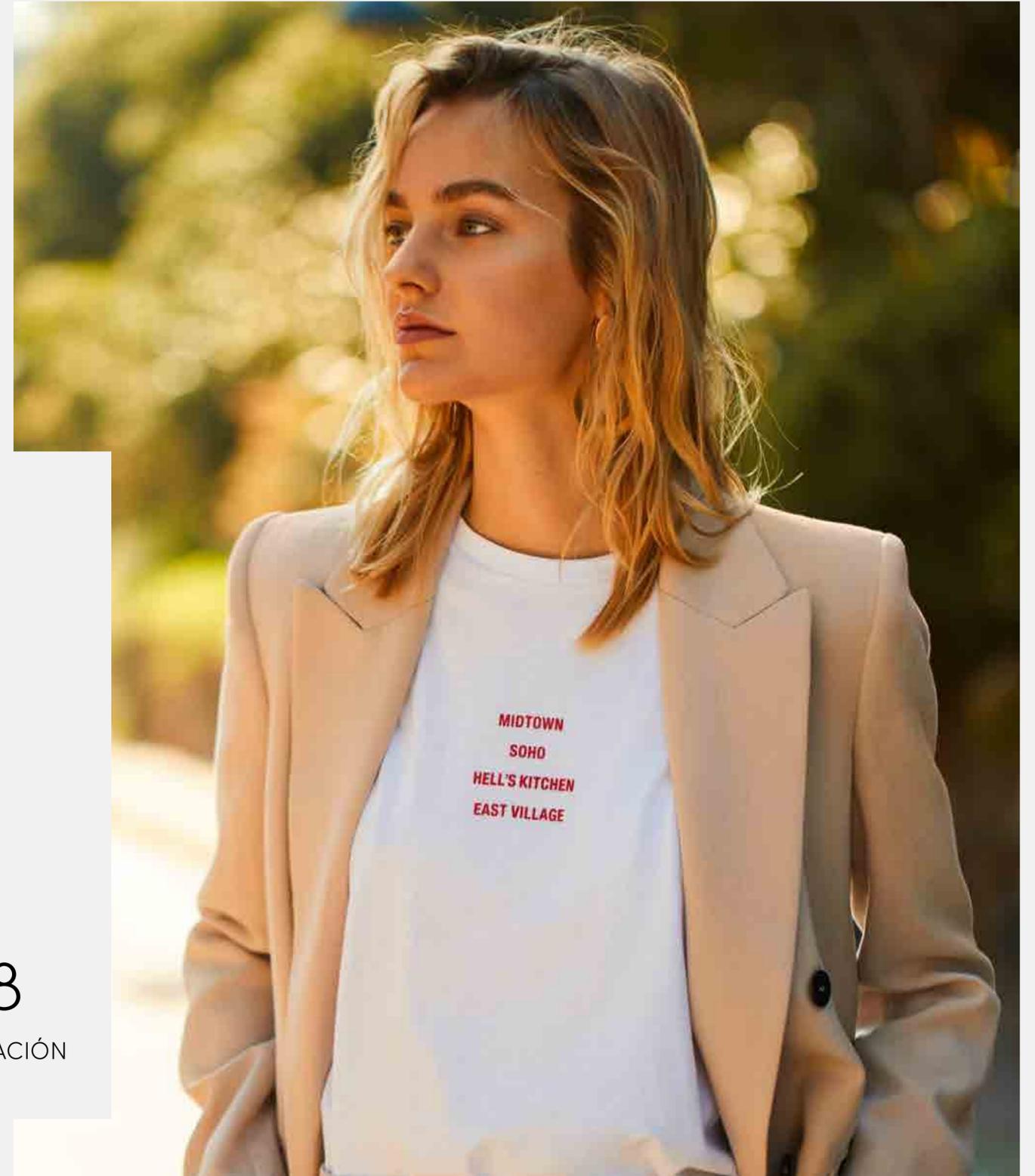
# 3.652

PARTICIPACIONES  
EN ACCIONES  
FORMATIVAS



# 15.888

HORAS DE FORMACIÓN



## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

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 2018 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.

#### PROGRAMA DE TALENTO:

El programa de talento está dirigido a un desarrollo más general, focalizado en cuestiones más estratégicas y el desarrollo a largo plazo y cuenta con 3 programas de desarrollo:

##### TDP (Talent Development Programe)

Programa de formación y desarrollo que consta de 6 sesiones en las que se trabajan diferentes habilidades de liderazgo y se realizan encuentro con áreas claves de negocio. Participan cada año 40 personas.

##### Mentoring Programe

Realizamos dos ediciones una para Central y otra para Retail, en la que más de 45 Mentees tienen la experiencia de ser acompañados en su desarrollo por Mentores de la organización. Además, tanto Mentores como Meentes pasan por un programa de formación para desarrollar habilidades de coaching.

##### Development Center

Más de 30 participantes con el objetivo de identificar las fortalezas y detectar aquellas competencias y habilidades que necesitan desarrollar para avanzar en su crecimiento profesional.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PERSONAS

### GESTIÓN DEL CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN

En agosto de 2017 la gestión del cambio en MANGO fue formalizada a través de la creación del departamento de Gestión del Cambio bajo el paraguas del departamento de Personas/RR.HH.

Su propósito fundamental es facilitar los procesos de cambio desde el punto de vista del factor humano, incrementar el potencial de éxito de los cambios, la velocidad en la adopción de los mismos y el retorno sobre la inversión en los cambios.

Para ello las acciones durante el año 2018 se centraron principalmente en consolidar el departamento, en incorporar la gestión del cambio como un factor estratégico dentro de la organización.

### INICIATIVAS DE DESARROLLO DE 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.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

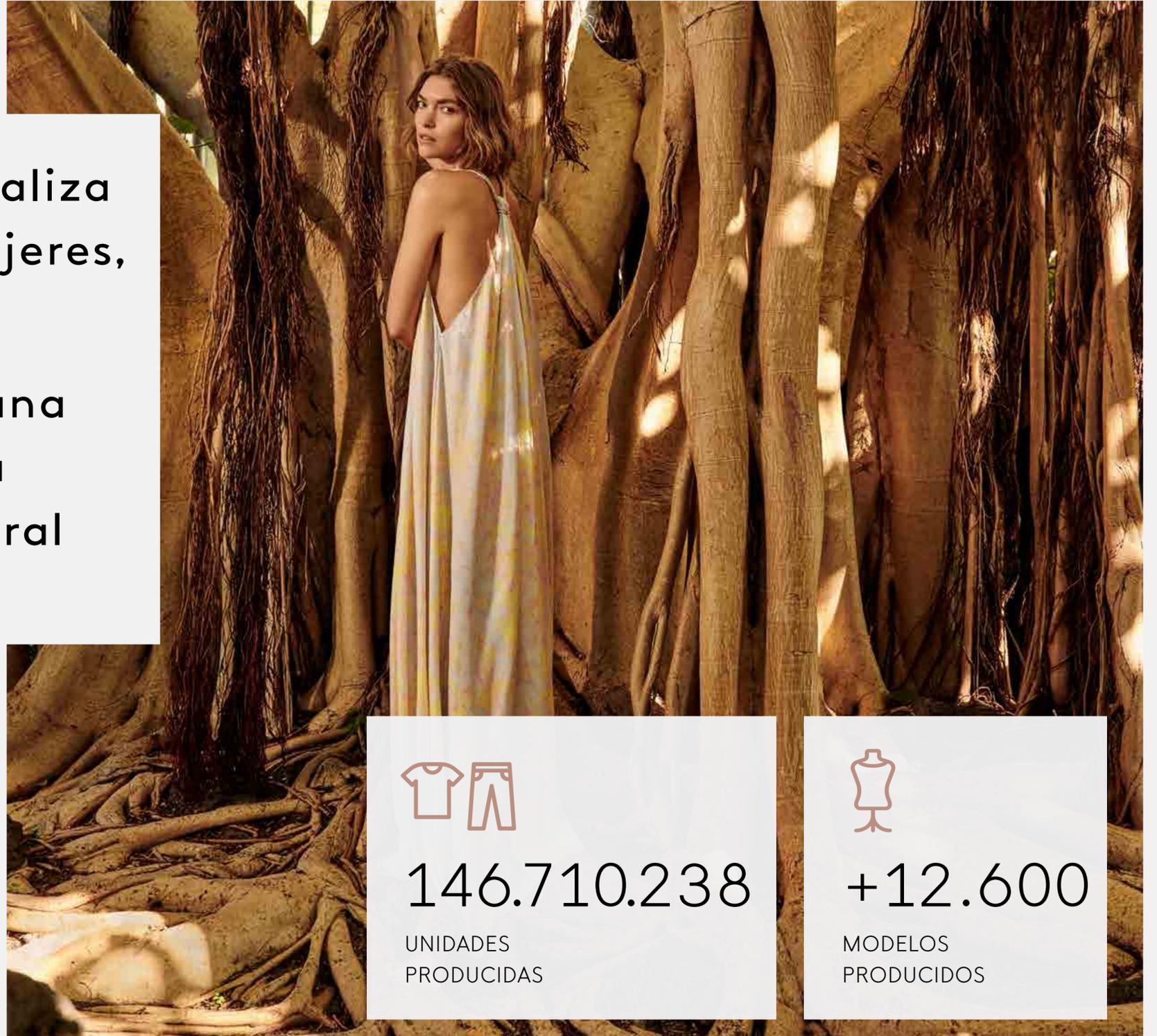
# Producto

MANGO diseña, fabrica y comercializa prendas y complementos para mujeres, hombres y niños.

El concepto de la marca integra una visión contemporánea de la moda y el estilo con un rico fondo cultural y un espíritu mediterráneo.

MANGO inspira y une a través de una pasión por el estilo y la cultura. Bajo este lema, sus colecciones pueden llevarse de día a noche y destacan por su diseño, calidad y atención al detalle.

Con la perspectiva de cuidar la generaciones presentes y futuras desarrollamos un modelo de negocio basado en criterios de sostenibilidad incluyendo materias y procesos más respetuosos con el medio ambiente para reducir el impacto ambiental de nuestros productos. Este compromiso se refleja en el programa Take Action que reúne todas las iniciativas que aplican criterios de RSC y sostenibilidad.



146.710.238

UNIDADES  
PRODUCIDAS



+12.600

MODELOS  
PRODUCIDOS

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

## Gestión eficiente y sistemas de producción

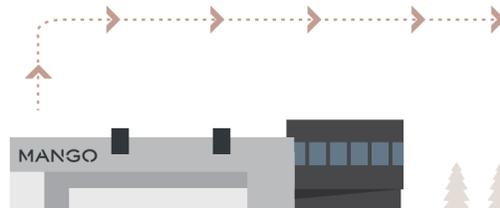
MANGO trabaja con dos modelos de sistemas de producción en su cadena de suministro:

### SISTEMA 1

**MANGO**  
DISEÑO  
DE PRODUCTO



MANGO se encarga del diseño del producto



**PROVEEDOR**  
COMPRA MATERIAS  
PRIMAS Y FABRICACIÓN



La compra de materias primas y la fabricación son responsabilidad del proveedor.

### SISTEMA 2

**MANGO**  
DISEÑO  
DE PRODUCTO

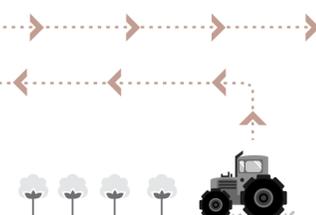


MANGO se encarga del diseño del producto

**MANGO**  
COMPRA  
MATERIAS PRIMAS



Todas las materias primas que componen la prenda son adquiridas por MANGO



**PROVEEDOR**  
CONFECCIÓN  
DE LAS PRENDAS



Posteriormente son enviadas a los proveedores para su confección.

## COMPRAS A PROVEEDORES SEGÚN SISTEMA DE PRODUCCIÓN



SISTEMA 1



SISTEMA 2

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) según las necesidades del producto.

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.

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

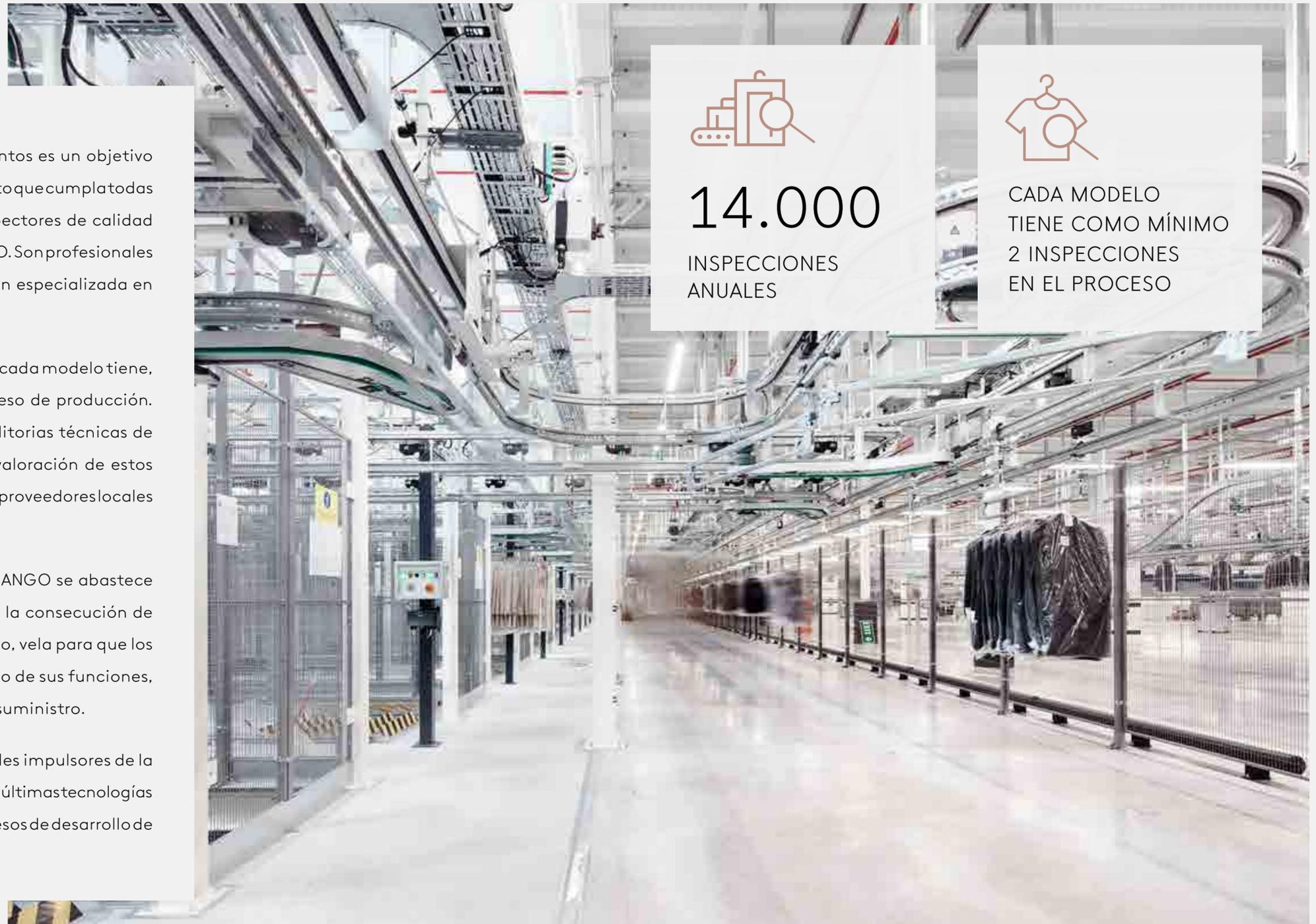
## Calidad y Sourcing

Asegurar la calidad en todas nuestras prendas y complementos es un objetivo indispensable para poder ofrecer a nuestros clientes un producto que cumpla todas sus expectativas. De ello se encarga nuestro equipo de inspectores de calidad repartidos en siete países con dedicación exclusiva para MANGO. Son profesionales con muchos años de experiencia en el sector, con formación especializada en tejidos, patronaje e incluso maquinaria textil industrial.

Se realizan aproximadamente 14.000 inspecciones anuales y cada modelo tiene, como mínimo, dos inspecciones a lo largo de todo su proceso de producción. Asimismo, los equipos de calidad se encargan de hacer auditorías técnicas de las fábricas siguiendo estándares internos de MANGO. La valoración de estos equipos contribuye a asesorar al equipo de sourcing sugiriendo proveedores locales y evaluando fábricas según criterios técnicos y de calidad.

La misión del departamento de Sourcing es asegurar que MANGO se abastece de su colección con la mejor estrategia posible que facilite la consecución de los objetivos de calidad y rentabilidad establecidos. Asimismo, vela para que los equipos de Compras sigan las buenas prácticas en el ejercicio de sus funciones, para asegurar la máxima eficiencia de nuestra cadena de suministro.

El departamento de Sourcing es también uno de los principales impulsores de la transformación digital de la empresa, detectando y aplicando las últimas tecnologías disponibles para cambiar de manera disruptiva nuestros procesos de desarrollo de producto, control de calidad o aprovisionamiento.



14.000  
INSPECCIONES  
ANUALES



CADA MODELO  
TIENE COMO MÍNIMO  
2 INSPECCIONES  
EN EL PROCESO

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

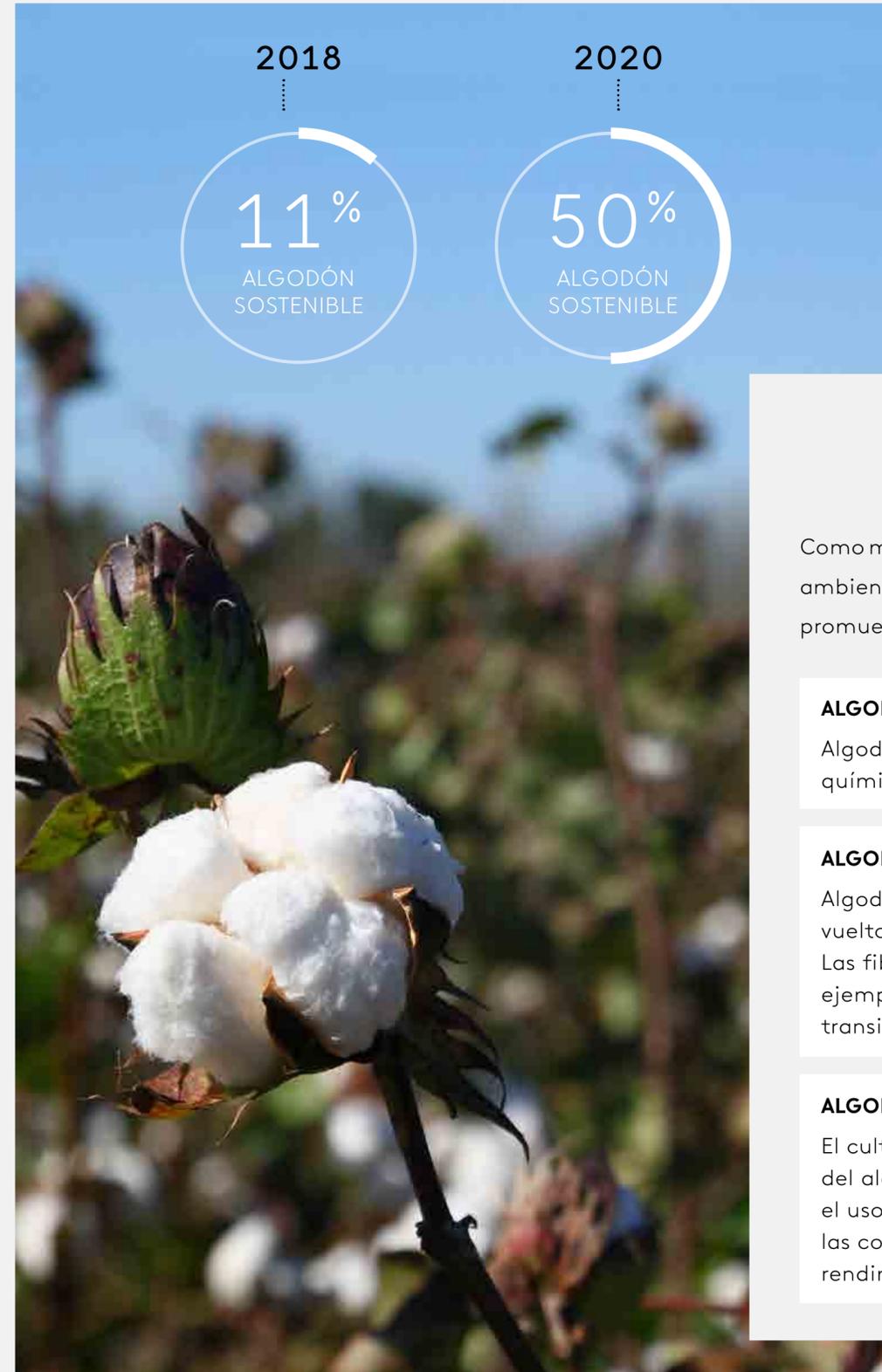
## Hacia una moda más sostenible

El mundo actual está en proceso de cambio constante y MANGO también. Trabajamos prenda a prenda, hacia un futuro de la moda más responsable y sostenible fomentando en nuestra colección el uso de fibras y procesos productivos más respetuosos con el entorno y promoviendo un modelo de economía circular. Esta transición la tomamos como una oportunidad para poder aportar positivamente al desarrollo sostenible y demostrar nuestro compromiso con el medio ambiente.

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 promueva el cultivo y uso de algodón de origen sostenible.

En 2018, el 11% de las prendas MANGO con composición principal de algodón se adquirió de fuentes de origen sostenible. Esto incluye el uso de algodón orgánico, algodón reciclado y el apoyo a algodón BCI (Better Cotton Initiative).

En línea con este objetivo, en 2018, MANGO se unió a Better Cotton Initiative (BCI) para fortalecer su compromiso de dar apoyo al cultivo de algodón sostenible a nivel global. 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.



Como miembro de BCI, desde 2018, MANGO apoya la reducción del impacto ambiental del cultivo de esta fibra y contribuye a un modelo de negocio que promueve el uso de fibras de origen sostenible.

### ALGODÓN ORGÁNICO

Algodón cultivado de manera más sostenible sin uso de sustancias químicas y sin semillas modificadas genéticamente.

### ALGODÓN RECICLADO

Algodón que proviene de tejidos de pre y post consumo que se ha vuelto a procesar para convertirse en materia prima de nuevo. Las fibras recicladas reducen la presión a recursos naturales (por ejemplo, uso de materia prima y consumo de agua) y promueven la transición hacia una economía circular.

### ALGODÓN BCI

El cultivo de algodón BCI minimiza los impactos negativos del cultivo del algodón controlando el uso de fertilizantes y pesticidas, cuidando el uso del agua y controlando la calidad de la tierra. Además, mejora las condiciones de trabajo de sus empleados y aumenta el rendimiento de los cultivos.

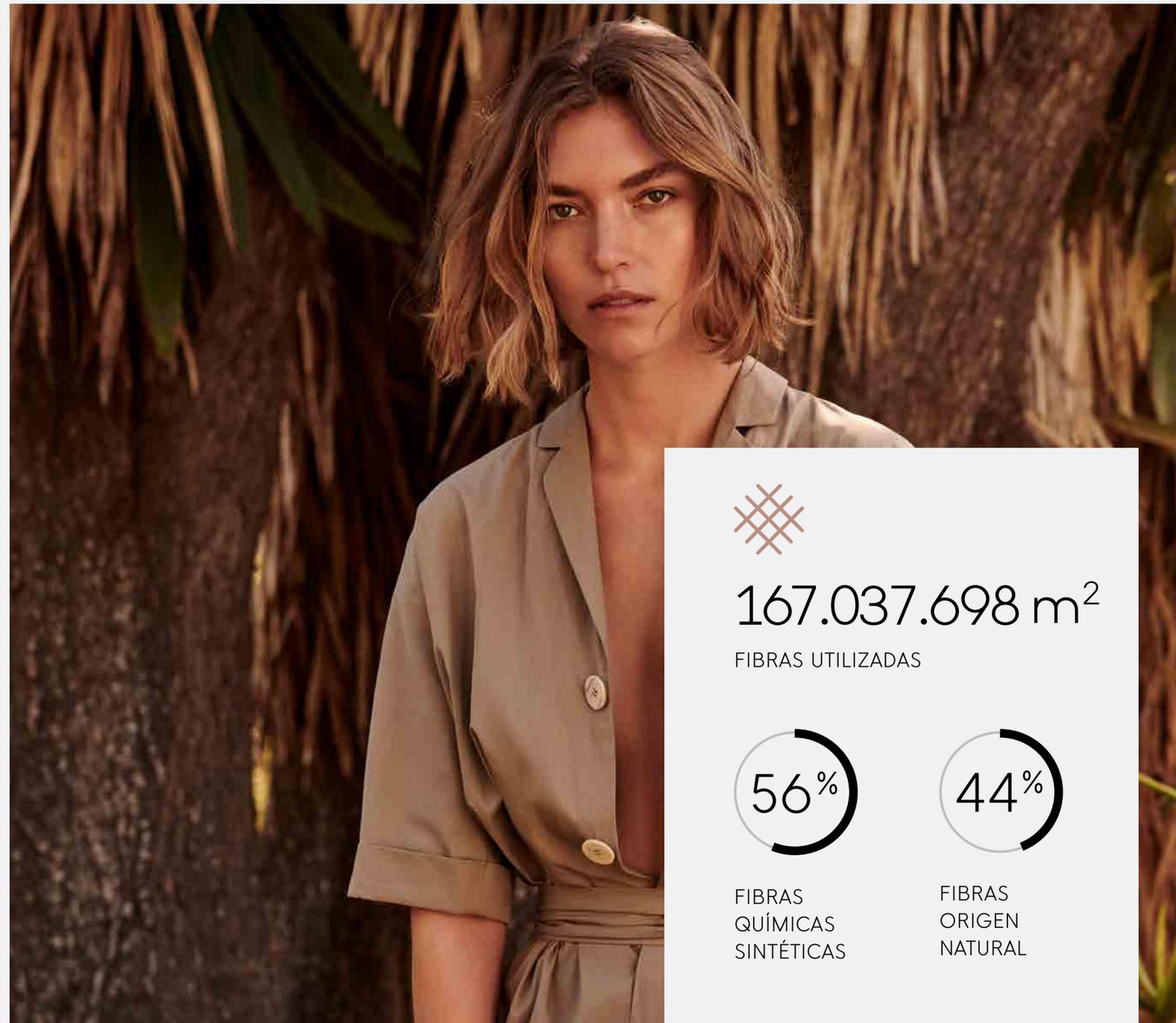
## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

**MANGO COMMITTED**

El lanzamiento de la primera colección de moda MANGO Committed en 2017 representó el primer paso público de MANGO hacia el compromiso de ir avanzando hacia una moda más sostenible y reducir el impacto ambiental de nuestra colección. MANGO ha lanzado ya cuatro cápsulas Committed para mujer. 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.

MANGO Committed es una colección de moda sostenible diseñada cuidadosamente para mujer 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 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.

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.



## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO



Las prendas Committed y TAKE ACTION incluyen materiales como algodón orgánico, algodón reciclado, algodón de producción sostenible BCI, 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 2018 MANGO produjo casi 9 millones de prendas con características sostenibles. Esto supone un 6% de toda la producción MANGO incluyendo todas sus líneas; lo que supone cumplir las expectativas marcadas.

En 2018, MANGO dio su primer paso hacia la implantación de una política de fibras celulósicas, como el lyocell, modal, o la viscosa, firmando un acuerdo de colaboración con LENZING. Las fibras celulósicas LENZING como Tencel™ Lyocell o Lenzing EcoVero™ provienen de madera de bosques de gestión sostenible y sus procesos de producción son más respetuosos con el medio ambiente en comparación con los procesos productivos convencionales de estas fibras.

Está previsto para 2019 una revisión de los objetivos de fibras.

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

### ESTUDIO DE LA 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, en 2017 MANGO decidió elaborar un estudio de huella hídrica de esta prenda.

El estudio se realizó 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.

El objetivo del estudio era conocer en detalle cuánta agua se consume a lo largo del proceso de fabricación de unos tejanos desde el cultivo de su algodón, la fabricación del tejido Denim, su confección, acabados y finalmente su envío a instalaciones correspondientes. El estudio tomó como referencia un tejero estándar MANGO producido en Marruecos.

Esta primera fase del estudio sirvió 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.

La producción de un tejero estándar MANGO en Marruecos implica el consumo de 1,71 m<sup>3</sup> (1.700 L) de agua teniendo en cuenta desde el cultivo del algodón hasta la llegada del tejero a tienda.

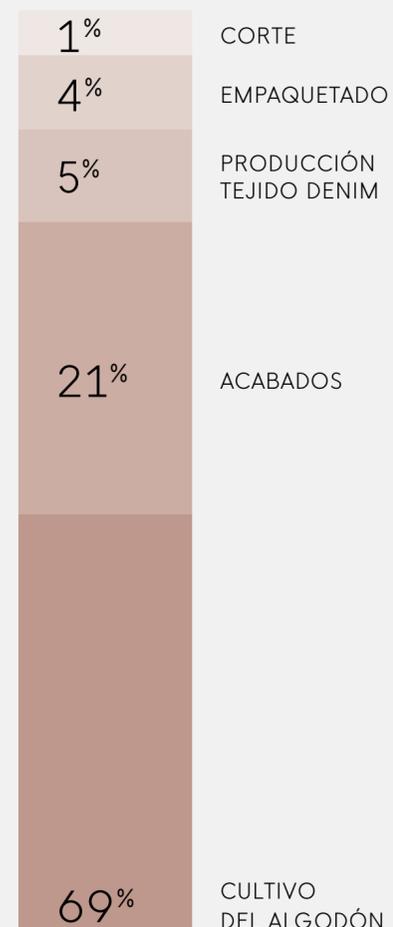
Más detalles sobre este estudio de huella hídrica se pueden consultar en la página web de la Cátedra de MANGO:



[www.esci.upf.edu](http://www.esci.upf.edu)

## MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

### CONSUMO DE AGUA



1,71 m<sup>3</sup>

CONSUMO DE AGUA/TEJANO

DESDE EL CULTIVO DEL ALGODÓN  
HASTA LA LLEGADA DEL TEJANO  
A LA TIENDA

## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

**REDUCCIÓN DE LA HUELLA HÍDRICA DE UN TEJANO**

Para incidir en los puntos identificados en el estudio con mayor potencial de ahorro de agua a lo largo del proceso de producción de unos tejanos, el equipo de Jeans de MANGO ha empezado a introducir medidas para reducir la huella hídrica de estas prendas.

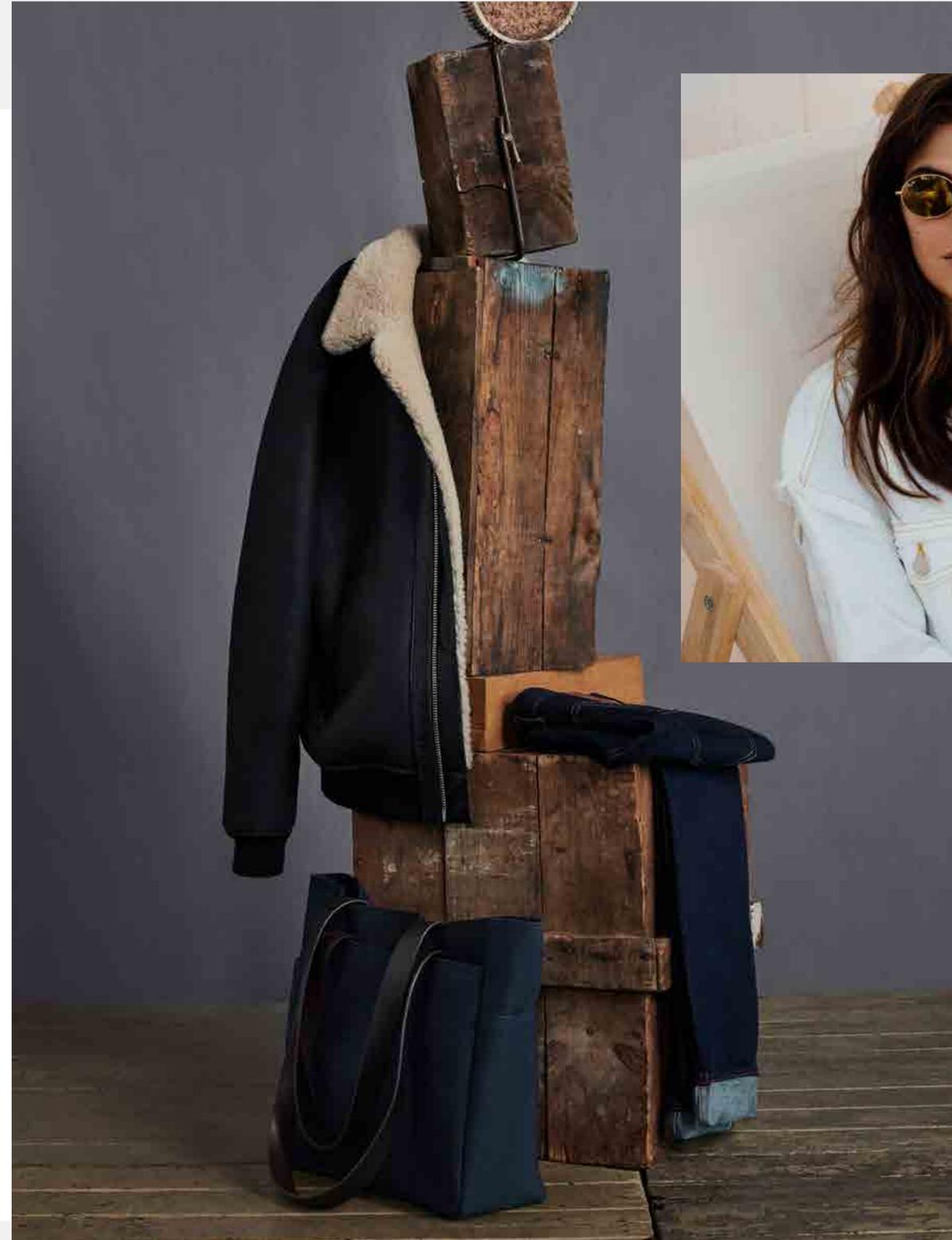


Uso de algodón orgánico, algodón reciclado y algodón BCI para reducir el consumo de agua en la fase de cultivo del algodón.



Uso de técnicas "Eco-wash" y Laser para reducir una media de 25% el consumo de agua en los procesos de acabado de la producción de tejanos.

Se prevé que en 2019 más del 30% de los tejanos de la colección Woman de MANGO reducirán su huella hídrica y serán más sostenibles gracias al uso de opciones de algodón sostenible y procesos de producción con ahorro de agua.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

## Control de sustancias nocivas

### SEGURIDAD DEL PRODUCTO

La utilización de sustancias químicas a lo largo del proceso de producción puede provocar un importante impacto tanto en el medio ambiente como sobre la salud de las personas. Por ello MANGO aplica un estándar de sustancias químicas de obligado cumplimiento por parte de nuestros proveedores para garantizar que nuestros productos están libres de sustancias nocivas.

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.

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.

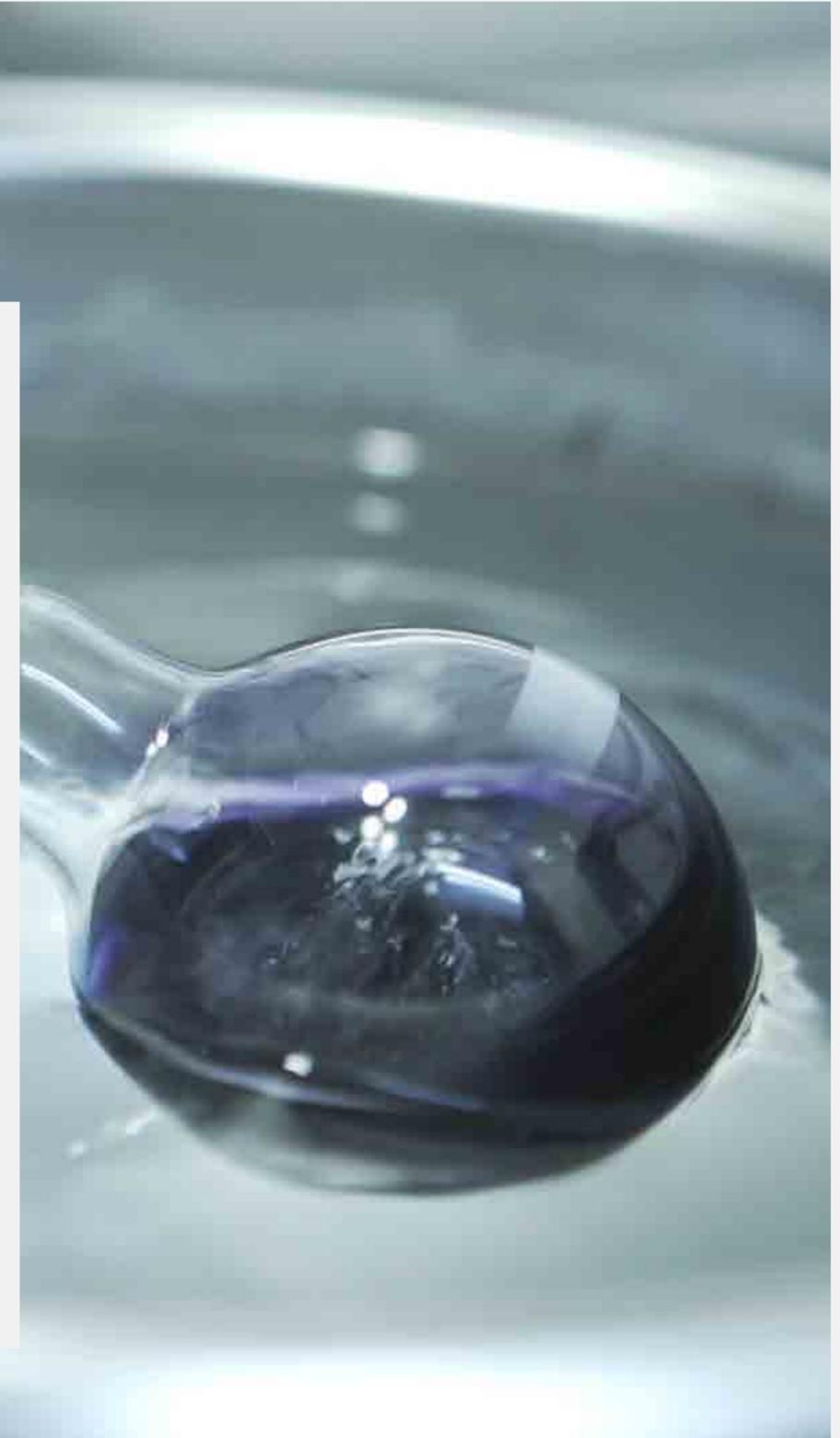


Desde 2001 tenemos implantado un sistema de control de sustancias nocivas que establece unos elevados estándares de calidad de nuestros proveedores y de sus fábricas, que se reflejan en el producto final.

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.

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. Desde 2016 realizamos el "re-check" de todas las prendas tintadas.

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



## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

PARÁMETROS	LIMITES APLICABLES	ÁREA DE APLICACIÓN	LÍMITES OBJETIVO	MÉTODOS DE ENSAYO
Alquitenoles (1)	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.
Arsénico	No detectado (0.06 ppm)	Todos los productos	0.06 ppm	ISO 105-E04/ acid perspiration extraction & ICP analysis. (Extractable)
Colorantes azoicos (Arlaminas) (2)	20 ppm	Todos los productos	0.1 ppm	EN 14362-1:2012. ISO 17234-1:2010; ISO 17234-2:2011 @ Leather. EN 14362-3-GB/T 17592- GB/T 23344 (4-aminobenzene)
Benzenos y toluenos-carriers (3)	1.0 ppm	Textiles de poliéster, seda y lana	0.1 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
Biocidas (4)	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		
Cromo (VI)	3 ppm	Productos de piel	1.0 ppm	DIN 53314-1996 UNE EN 17075:2017
Dimetil Fumarato (DMFU)	No detectado (0.1 ppm)	Textiles y piel	0.1 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
Colorantes disperses alérgicos (5)	50 ppm	Fibras sintéticas textiles	1.0 ppm	DIN 54231
	16 ppm	Todos los productos textiles y de piel para bebés		
	75 ppm	Todos los productos textiles y de piel, en contacto directo con la piel	5 ppm	Textiles: JIS L1041: 2000/ EN ISO 14184-1:2011 Leather: ISO 17226-1
Formaldehido	300 ppm	Todos los productos textiles y de piel que no están en contacto con la piel		
	5 ppm	Productos textiles excluyendo piel sintética	1.0 ppm	EN 1122-2001/ Acid Digestion followed by ICP analysis. (Total)
Plomo	90 ppm	Piel sintética, piel natural y metales		
	No detectado (0.006 ppm)	Todos los productos	0.006 ppm	ISO 105-E04 acid perspiration extraction & ICP analysis. (Extractable)
Mercurio	No detectado (0.2 µg/cm <sup>2</sup> week)	Metales que puedan introducirse en el cuerpo humano	0.2 µg/cm <sup>2</sup> /week	UNE-EN 12472:2006 + A1: 2010 UNE-EN 1811:2011 + A1 :2015 UNE-EN 16128:2011
	0.5 µg/cm <sup>2</sup> /week	Para otros productos de metal		
Compuestos orgánicos de estaño (TBT, DBT, TPhT, DOT)	No detectado (0.5 ppm)	Productos textiles	0.5 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
Pesticidas (6)	No detectado (0.05 ppm)	Fibras naturales textiles y de piel	0.05 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
PFCs (Perfluorocarbons)	1 µg/m <sup>2</sup> PFOS	Productos textiles	0.001 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
	Others: <sup>(7)</sup> 0.1 ppm			
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		
Fialatos (8)	One: 500 ppm Sum ≤ 1000 ppm	Artículos de PVC, plástico flexible y estampados plastisol	0.3 ppm	CEN-ISO-TS16181, TS16181 EN14372 UNE-EN ISO14389:2014 Solvent Extraction & GC-MS analysis.
Hidrocarburos aromáticos policíclicos	1 ppm	Fibras sintéticas, artículos de plástico y materiales con recubrimiento	0.5	Solvent Extraction & GC-MS analysis. 100
	0.5 ppm	Fibras sintéticas, artículos de plástico y materiales con recubrimiento para bebés, en contacto directo con la piel		
Parafinas cloradas de cadena corta	No detectado (100 ppm)	En textiles y piel	0.3 ppm	Solvent Extraction & GC-CE analysis.

## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

Este estándar, elaborado por técnicos de Aitex expertos en la materia, es un manual detallado sobre cada una de las sustancias que se analizan, detallando métodos de ensayo, toxicología, y legislaciones aplicables.

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 e incluye el reglamento REACH y el anexo de Sustancias Extremadamente Preocupantes (SVHC), entre otros.

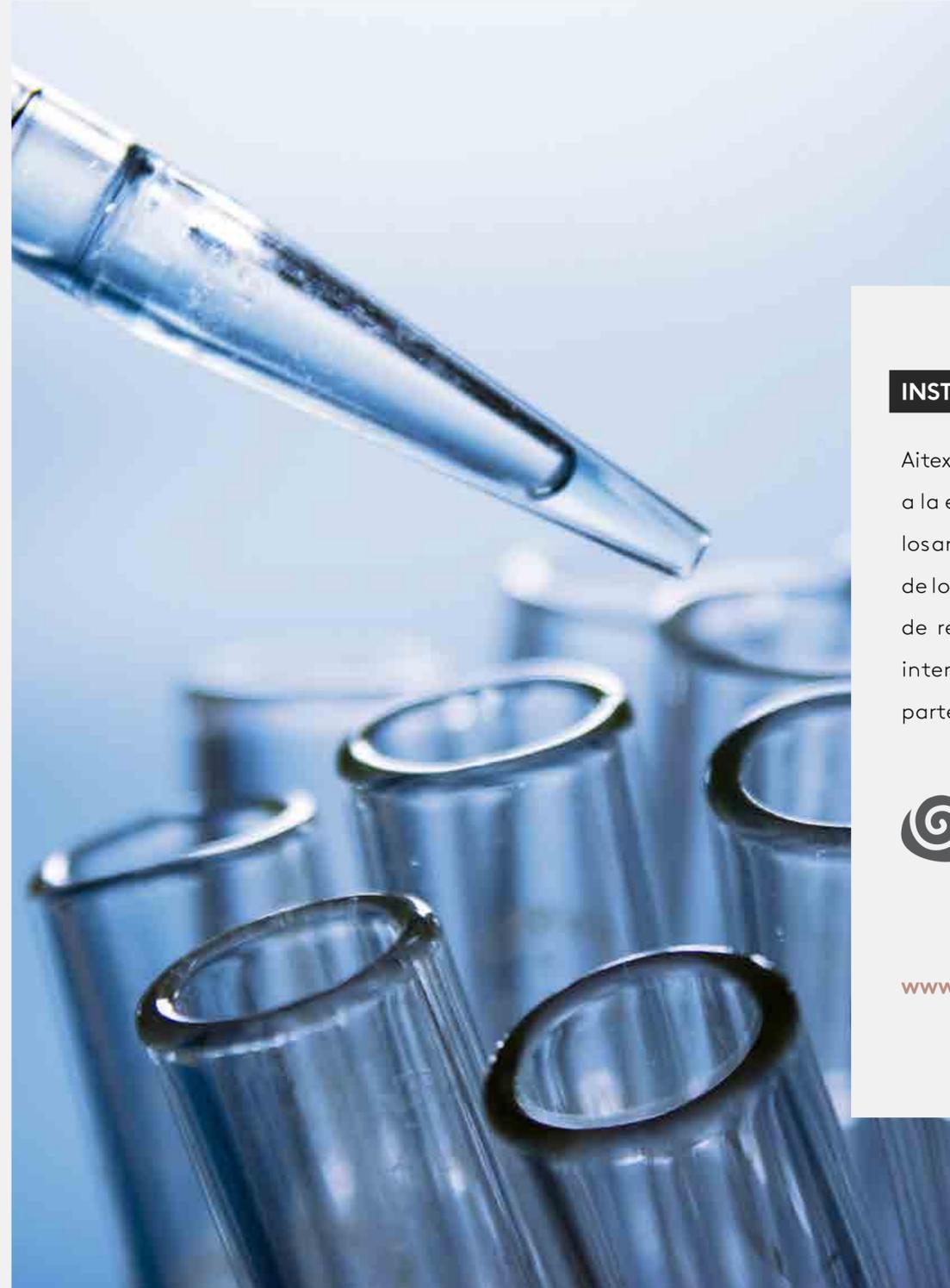
Este estándar puede consultarse en la página web de la compañía.

## MANGO

[www.mango.com](http://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. Su cumplimiento es un requisito indispensable para poder trabajar como proveedor de MANGO.



### INSTITUTO TECNOLÓGICO TEXTIL – AITEX .....

Aitex 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.



[www.aitex.es](http://www.aitex.es)

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

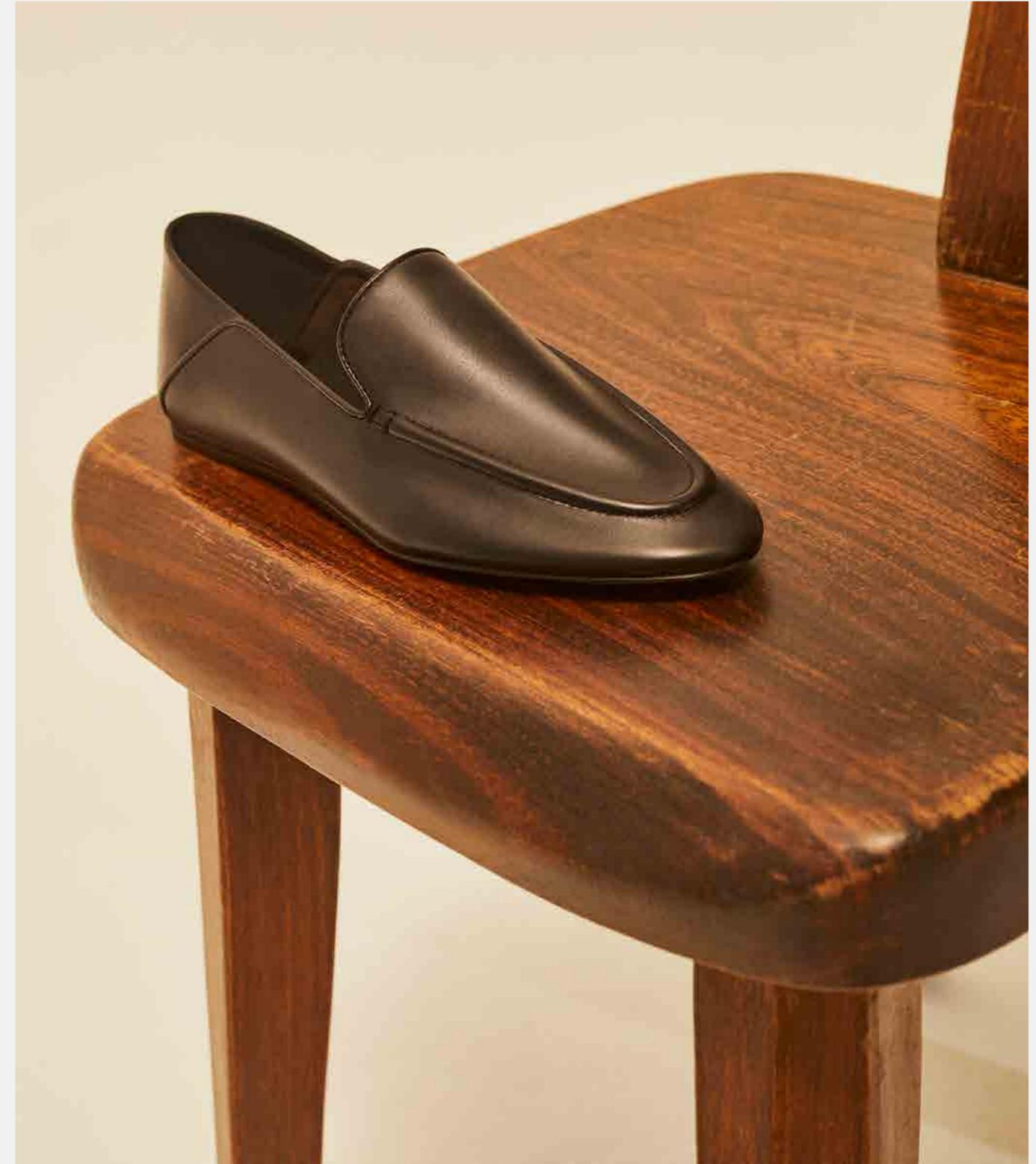
#### INCIDENCIAS FINALES DETECTADAS DEL TOTAL DE COLECCIONES DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS

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

TIPO DE SUSTANCIA	TOTALES 2018
Arilaminas	4
Cadmio	4
Compuestos fenólicos	26
Compuestos organoestánicos	3
Cromo VI	4
Formaldehido	5
Plomo	35

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.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

## 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.

En diciembre de 2012 nos comprometimos con Greenpeace y su iniciativa DETOX y desde entonces mantenemos nuestra completa implicación para alcanzar este objetivo. 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 2018 hemos llevado a cabo el muestreo de aguas de procesos húmedos de proveedores en Turquía y Bangladesh.

Estos análisis se consideraron de seguimiento ya que se realizaron análisis DETOX en estos países en 2015.

Los análisis de Turquía mostraron una mejora significativa en comparación a los resultados de 2015. Por otro lado, los análisis en fábricas de Bangladesh muestran que este país mantiene sus buenos resultados.

En esta cuarta fase de análisis de procesos húmedos representa aproximadamente el 7% y 18% de la producción en Bangladesh y Turquía respectivamente.



### 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.

El primer ciclo de talleres se llevó a cabo en China e India en 2017. En 2018 se llevaron a cabo en Bangladesh y Turquía.

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | PRODUCTO

## Otras políticas

### PVC

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

### 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.



### BIENESTAR ANIMAL

Todas las pieles, plumas, y pelos 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.

En 2018 MANGO se unió al compromiso con PETA (People for Ethical Treatment of Animals) para dejar de usar lana mohair en 2020 debido a las prácticas crueles hacia los animales para conseguirla.

### ETIQUETADO

Un correcto etiquetado de los productos es clave para el derecho a saber de nuestros clientes garantizando una información precisa. Con esta intención, y 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.

Todas las etiquetas MANGO son de cartón certificado FSC o PEFC. El cartón certificado FSC o PEFC asegura que el cartón proviene de bosques de gestión sostenible, de esta manera verificamos que la producción de dichas etiquetas no contribuye a la deforestación de bosques en peligro de extinción.

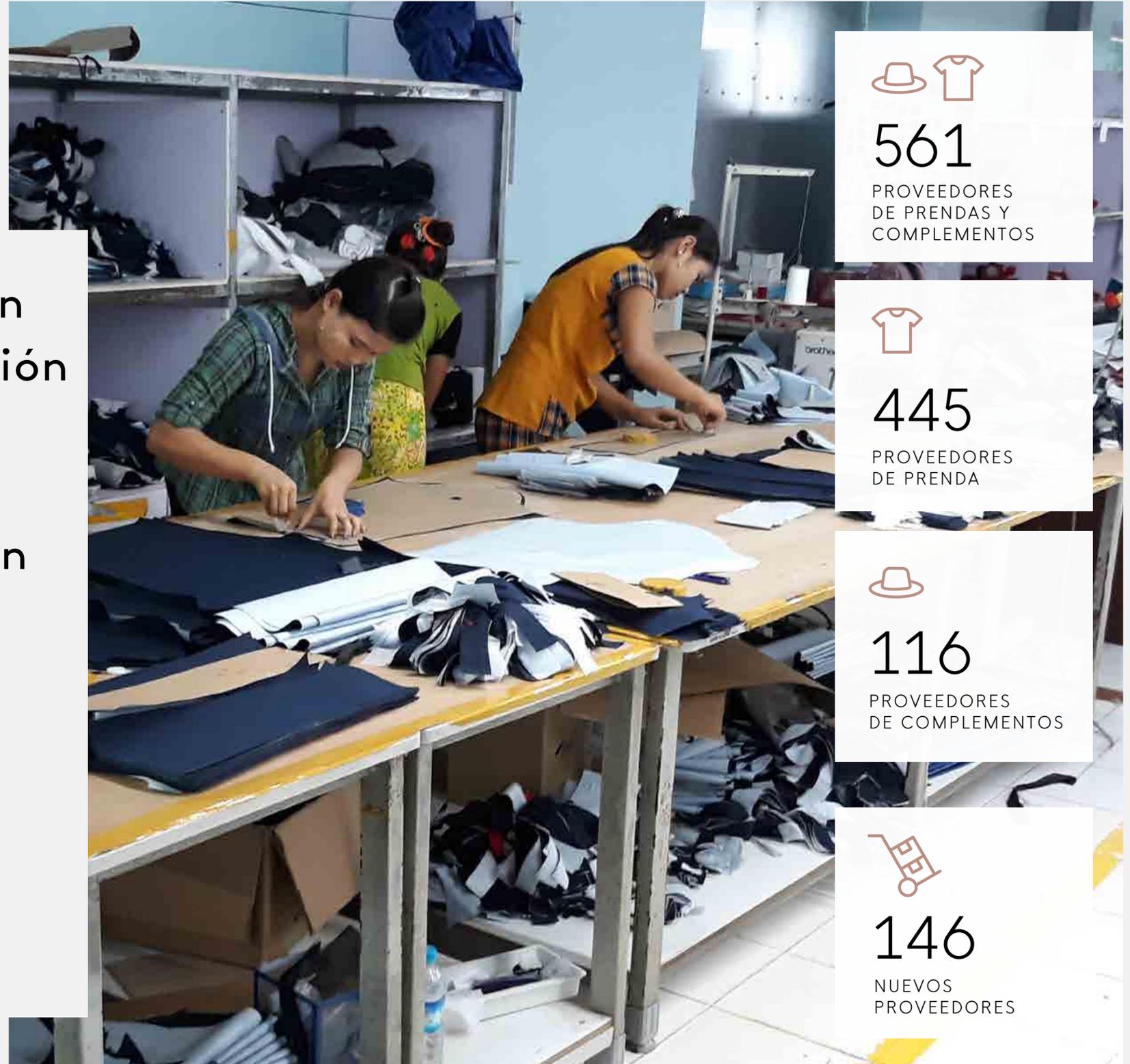
El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO

# Cadena de Suministro

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). Asimismo, ninguno de ellos trabaja en exclusiva para nuestra organización.

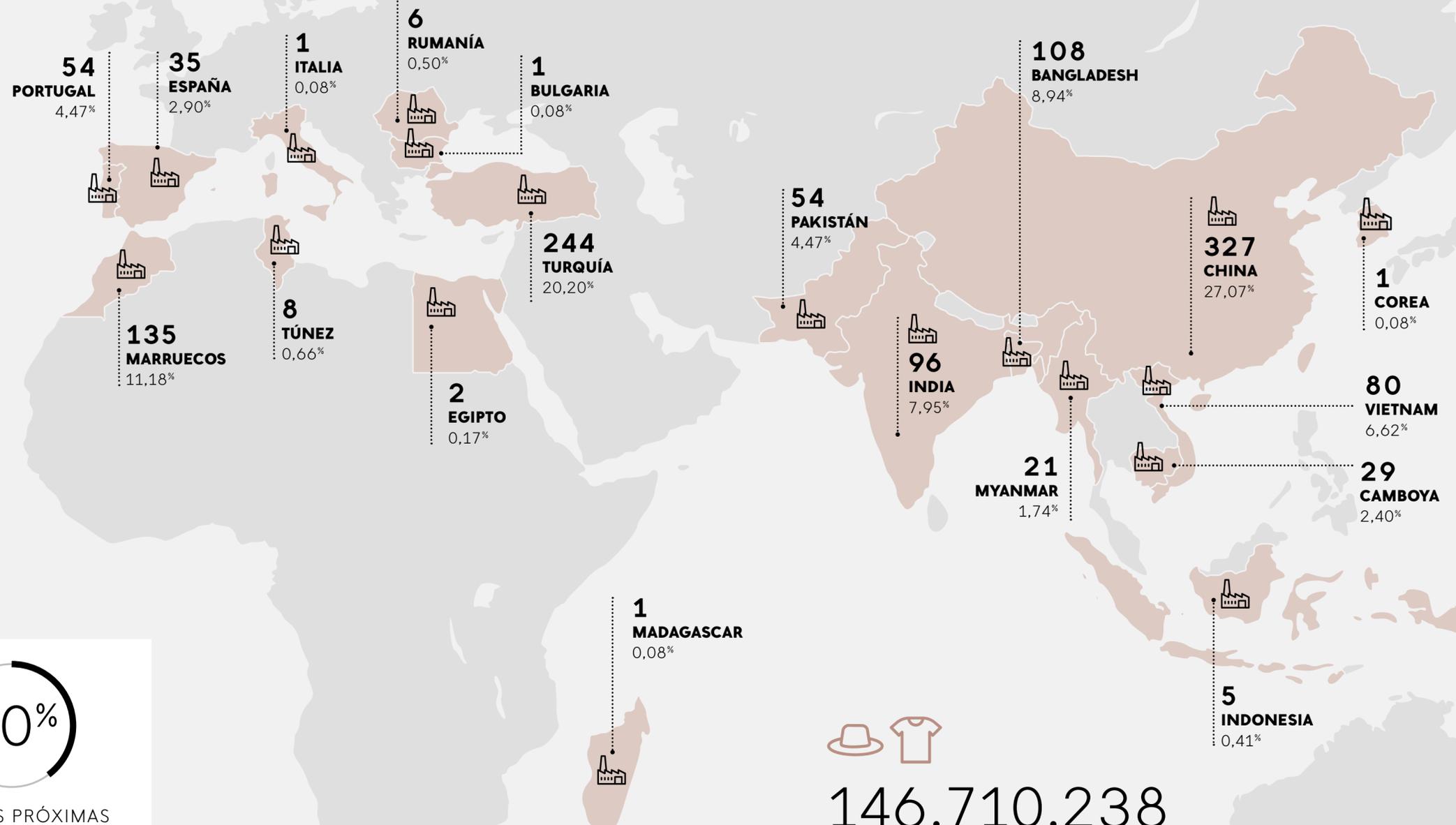


El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO

Si consideramos el volumen de producción, el principal mercado proveedor sigue siendo Asia, mayoritariamente China, seguido de Bangladés y Vietnam. Marruecos sigue ocupando 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. Junto a Marruecos, Turquía, y Portugal también forman parte de los diez primeros países con más volumen de producción de MANGO, contribuyendo así a fomentar los mercados de proximidad.

FÁBRICAS DE PRODUCCIÓN POR PAÍS



1.208

FÁBRICAS UTILIZADAS



FÁBRICAS PRÓXIMAS A ESPAÑA  
EUROPA, MARRUECOS, TÚNEZ Y TURQUÍA



146.710.238

PRENDAS Y COMPLEMENTOS FABRICADOS PARA MANGO

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO

## Proveedores alineados con nuestros compromisos

Como parte fundamental de nuestro compromiso con la sostenibilidad, es esencial la promoción del desarrollo sostenible de nuestra cadena de suministro. Por este motivo consideramos primordial poner énfasis en establecer una gestión responsable de los proveedores que considere cuestiones medioambientales y sociales.

Dentro de MANGO, el departamento de RSC colabora de manera transversal con los departamentos de Supplier Management & Sourcing, 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 los requisitos de MANGO antes del inicio de la producción.

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

MANGO reconoce el riesgo significativo que puede darse dentro de la cadena de suministro. Por ello somos conscientes de la importancia de asegurar los derechos humanos de los trabajadores involucrados en el proceso de producción, y por tanto establece cláusulas relativas a salarios y horarios, no discriminación, trabajo forzoso, y trabajo infantil, entre otros, en su código de conducta. El cumplimiento de este código se verifica a través de las auditorías sociales realizadas por equipos auditores externos.



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).



**Pacto Mundial**  
Red Española



OFICINA DEL ALTO COMISIONADO PARA LOS DERECHOS HUMANOS

## 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 OBLIGATORIO

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 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 y talleres 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.

## OTROS ASPECTOS

### COMUNICACIÓN

Una copia de este Código estará 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 incorporará un *email* de contacto con MANGO por si cualquier trabajador necesitara o quisiera hacer uso del mismo.

### ÁMBITOS DE APLICACIÓN DEL CÓDIGO

Todos los puntos anteriormente expuestos son de aplicación obligatoria para todos aquellos fabricantes con los que trabaja el grupo MANGO.

Para poder alcanzar este objetivo, los fabricantes autorizarán al grupo MANGO a realizar por si 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.

### ACEPTACION 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 (ONGs, sindicatos, etc.)

### 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 período, 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 período 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.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO

## 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 de su resultado). De esta manera todos los proveedores de confección son evaluados para asegurar el cumplimiento de los derechos humanos.

### 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.



### ÁREAS DE DESEMPEÑO QUE SE AUDITAN

- 1 Trabajo infantil
- 2 Trabajos forzados y obligatorios
- 3 Salud y seguridad en el trabajo
- 4 Libertad de asociación
- 5 Discriminación
- 6 Medidas disciplinarias, acosos y abusos
- 7 Horario de trabajo
- 8 Remuneraciones
- 9 Subcontratación
- 10 Medio Ambiente
- 11 Cumplimiento de la legalidad vigente

## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO



MANGO

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.

En 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.

En la línea de seguir trabajando con aliados estratégicos en nuestra cadena de suministro, en 2018 MANGO se adhirió a Sedex Global para trabajar conjuntamente en mejorar el rendimiento social de nuestra cadena consiguiendo así un mayor control y alcance en todos nuestros países de producción.

amfori  
Trade with purpose

Sedex

2017

ADHESIÓN  
A AMFORI

2018

ADHESIÓN  
A SEDEX GLOBAL

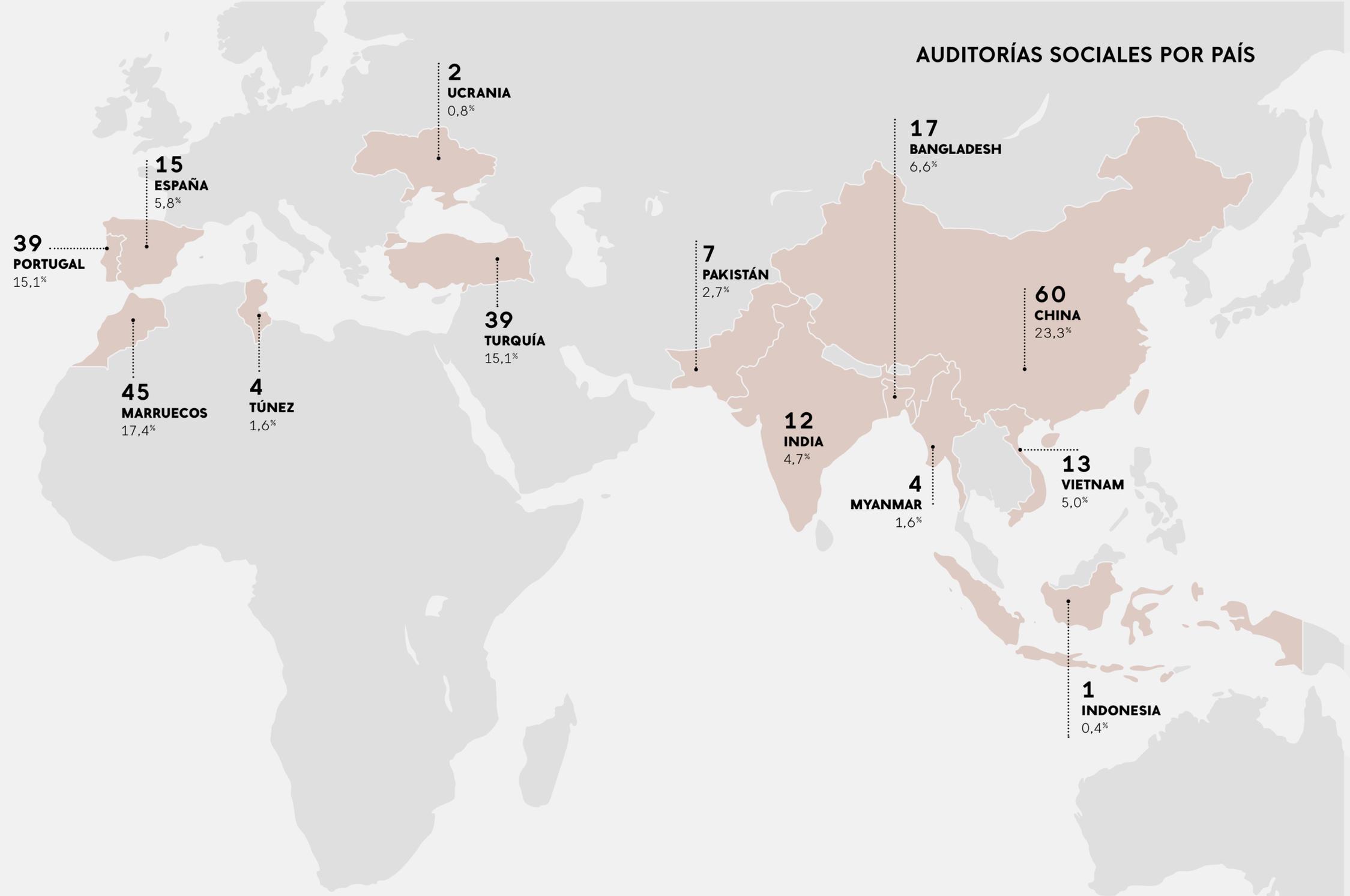
Amfori y Sedex son socios clave de MANGO para mejorar la trazabilidad así como para optimizar los esfuerzos en la realización de auditorías. Muchas de las fábricas que producen colecciones de MANGO ya forman parte de BSCI/Sedex Global y el número de fábricas que están dentro de estos sistemas va en aumento.

Utilizar las plataformas BSCI/Sedex Global y trabajar en conjunto con otras marcas miembros tiene ventajas como aumentar el poder de negociación y optimizar costes. Además, el incremento del número de fábricas adheridas a los programas de amfori y Sedex Global, contribuye a la reducción de la fatiga de auditorías tanto para las fábricas como para MANGO ya que la gestión de nuevas auditorías se reduce considerablemente. Esta optimización del tiempo permite enfocar más la atención de trabajar los planes de corrección y hacer un seguimiento más exhaustivo de los progresos.

## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO

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

El año pasado se realizaron un total de 258 auditorías sociales, 125 dentro del marco BSCI o SMETA y 133 según el Código de Conducta de MANGO.



258

AUDITORÍAS

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO

## 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.

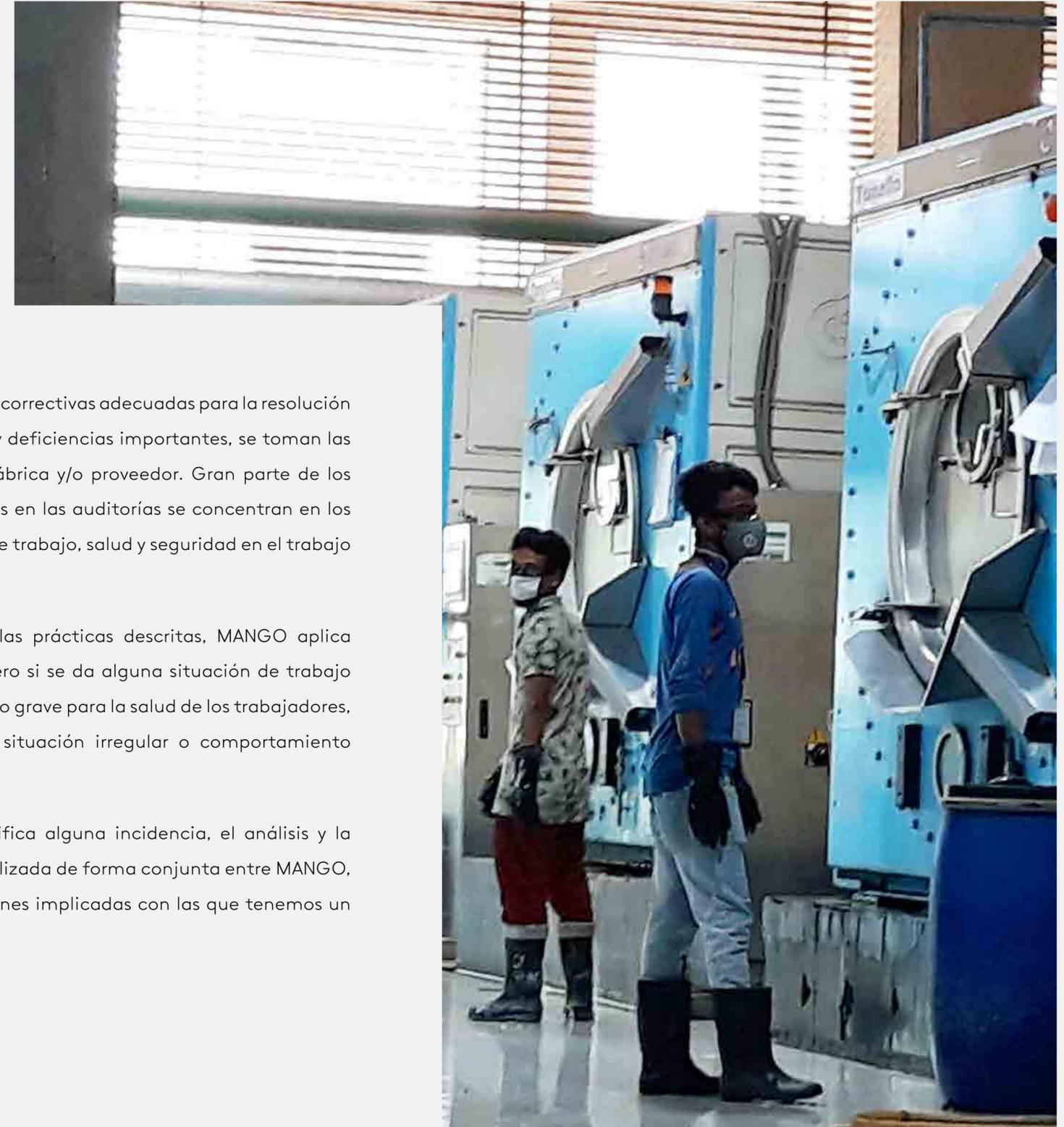
En 2018 se implantó un nuevo sistema de calificación de fábricas en línea con el estándar de resultados de amfori. Éste otorga calificaciones desde la A hasta la E en función de las no conformidades encontradas de acuerdo con el Código de Conducta de MANGO. Se siguen los mismos criterios de calificación que el departamento de Calidad de MANGO, facilitando la homologación de fábricas desde los diferentes aspectos. Al cierre de 2018, más del 70% de las fábricas de producción de MANGO estaban ya calificadas según el Código de Conducta.

En el caso de que se detecte un incumplimiento del Código de Conducta se concreta un plan de acción correctivo y un calendario que determinará la posterior revisión en las auditorías de seguimiento de las no conformidades. Estos planes recogen el compromiso de mejora por parte de los proveedores para proporcionar un entorno de trabajo más sostenible y seguro.

Si no se han tomado acciones correctivas adecuadas para la resolución de los incumplimientos o hay deficiencias importantes, se toman las medidas oportunas con la fábrica y/o proveedor. 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.

Con la intención de evitar las prácticas descritas, 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.

Si algún sindicato local notifica alguna incidencia, 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.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO

## Formación a proveedores

Después de las formaciones de China e India en 2017, en 2018 MANGO ha continuado con su programa de formaciones en origen en los países de Bangladesh y Turquía, donde fueron convocados todos los proveedores y responsables de fábrica de estos países. Estas formaciones fueron impartidas directamente por el equipo de RSC junto con algunos de nuestros aliados estratégicos locales.

El objetivo principal es la creación de capacidades (capacity building) para mejorar las condiciones laborales y los aspectos medioambientales para una mejora de su sostenibilidad a nivel global, de esta forma se establece un canal de diálogo directo con los proveedores para debatir sobre los procedimientos internos. La valoración de estas formaciones es muy satisfactoria para ambas partes por lo que se seguirán realizando en otros países aumentando el enfoque de los temas por países. Para el próximo año se ha previsto la realización de formaciones en España y Portugal.

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 implementación y seguimiento del Código de Conducta.

Estas formaciones ayudan a reducir el número de incumplimientos detectados en las auditorías sociales contribuyendo así a clarificar procedimientos y transmitir nuestro compromiso de mejora en la cadena de producción.

## FORMACIONES A PROVEEDORES



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO

## Trazabilidad de la cadena de suministro

Año tras año seguimos mejorando nuestras 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 no permiten la subcontratación de la fabricación de las prendas y complementos por parte de los fabricantes sin 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.

Desde 2017 se realizan 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.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO

## 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 CON SINDICATOS PARA LA MEJORA DE LAS CONDICIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO: MANGO – CC.OO. DE INDUSTRIA:

MANGO firmó hace un año un acuerdo pionero con la Secretaría General de CC.OO. de Industria que formalizó la colaboración entre ambos en los últimos años, para fortalecer y proteger los derechos de los trabajadores que confeccionan nuestros productos y avanzar en alianza hacia una industria del textil y de la confección más sostenible. Principalmente se centra la atención en aspectos como la libertad sindical, el derecho a la salud y a la seguridad social, asegurar el salario mínimo y erradicar la discriminación en las fábricas de producción de nuestra cadena de suministro.

Asimismo, desde hace años, les facilitamos la lista de fábricas de prendas y complementos con las que trabajamos.

### ACUERDO SOBRE LA SEGURIDAD DE LOS EDIFICIOS E INSTALACIONES CONTRA INCENDIOS EN BANGLADESH

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 94%.

Manteniendo su compromiso de seguir con la labor del Acuerdo, MANGO firmó el nuevo Transition Accord, por un año más, lo que contribuirá a completar los planes de remediación.

Para más información consulte:

**ACCORD**  
on Fire and Building Safety in Bangladesh  
[bangladeshaccord.org/](http://bangladeshaccord.org/)

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CADENA DE SUMINISTRO



#### TRABAJADORES MIGRANTES EN TURQUÍA

A finales de 2018 MANGO firmó un acuerdo con la organización United Work, una ONG que ha desarrollado un proyecto social en apoyo a los refugiados sirios que trabajan en Turquía. Es un proyecto lanzado por el gobierno holandés con fondos de la OIT (Organización Internacional del Trabajo).

Esta iniciativa facilitará a nuestros proveedores en Turquía contratar trabajadores migrantes dentro del marco legal turco. United Work les ofrece servicio de consultoría, asistencia para los permisos de trabajo, módulos de adaptación y formación y acceso al mercado laboral.



#### WOMAN EMPOWERMENT AMFORI

MANGO participa en el proyecto de Woman Empowerment de amfori que ofrece formación a mujeres en India y Bangladesh (proyecto Shobola).

Este proyecto capacita a través de formaciones a las trabajadoras de la cadena de producción para avanzar en sus carreras profesionales y crea conciencia en cuestiones relacionadas con el género, el acoso sexual y la discriminación por parte de los trabajadores y gerentes. Mediante estas actividades de sensibilización se promueve la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y niñas.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | TIENDAS E INSTALACIONES

# Tiendas e instalaciones

Expansión nacional e internacional

La expansión del grupo MANGO ha continuado durante el 2018 estando presente en **115 países** y un total de **2.183 puntos de venta**, cuya superficie total se ha incrementados hasta los **817.081 m<sup>2</sup>**.

Además de la gran inversión de capital en la transformación de las tiendas físicas y del sistema logístico, otro de los grandes cambios de los últimos años ha sido el incremento de la venta online que supuso el 20% de la facturación total en 2018. A nivel logístico la instalación de Lliçà d'Amunt (Barcelona) ya está operando al 100% donde se centraliza actualmente toda la distribución, excepto de la venta online.



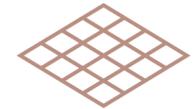
77%

VENTAS EN MERCADOS INTERNACIONALES



902

PUNTOS DE VENTA PROPIOS



447.578m<sup>2</sup>

PUNTOS DE VENTA PROPIOS



2.183

PUNTOS DE VENTA



1.281

PUNTOS DE VENTA FRANQUICIADOS



369.503m<sup>2</sup>

PUNTOS DE VENTA FRANQUICIADOS

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | TIENDAS E INSTALACIONES

57  
ÁFRICA

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
Isla Mauricio	0	4	4
Kenya	0	1	1
Namibia	0	3	3
Nigeria	0	4	4
Rep. democrática Del Congo	0	1	1
Senegal	0	1	1
Sudáfrica	0	24	24
Túnez	0	4	4

203  
AMÉRICA

Argentina	0	3	3
Argentina	0	3	3
Bermudas	0	2	2
Bolivia	0	2	2
Brasil	0	0	0
Canadá	0	1	1
Chile	0	55	55
Colombia	0	42	42
Costa Rica	0	3	3
Cuba	0	2	2
Curaçao (Antillas H.)	0	1	1
Ecuador	0	7	7
El Salvador	0	1	1
Estados Unidos	1	1	2
Guatemala	0	3	3
Honduras	0	0	0
Islas Caymán	0	0	0
México	2	26	28
Nicaragua	0	1	1
Panamá	0	2	2
Paraguay	0	1	1
Perú	0	37	37
Puerto Rico	0	1	1
Rep. Dominicana	0	2	2
Suriname	0	1	1
Venezuela	0	5	5

398  
ASIA

Arabia Saudí	0	57	57
Baréin	0	1	1
Camboya	0	1	1
Corea	4	1	5
Emiratos Árabes	0	15	15
Filipinas	0	38	38
Hong Kong	3	0	3
India	0	12	12
Indonesia	0	18	18
Irak	0	2	2
Irán	0	10	10
Israel	0	50	50
Japón	0	1	1
Jordania	0	4	4
Kazajistán	0	20	20
Kirguistán	0	2	2
Kuwait	0	6	6
Laos	0	1	1
Líbano	0	6	6
Libia	0	3	3
Macau	0	0	0
Malasia	0	22	22
Mongolia	0	3	3
Myanmar	0	2	2
Omán	0	2	2
Pakistán	0	5	5
Palestina	0	1	1
Qatar	0	8	8
Rep. Pop. China	11	15	26
Singapur	1	13	14
Siria	0	1	1
Sri Lanka	0	3	3
Tailandia	0	24	24
Taiwán	0	21	21
Uzbekistán	0	1	1
Vietnam	0	10	10
Yemen	0	0	0

1.525  
EUROPA

Albania	0	2	2
Alemania	75	130	205
Andorra	3	5	8
Armenia	0	3	3
Austria	14	5	19
Azerbaiyán	0	4	4
Bélgica	12	48	60
Bielorrusia	0	4	4
Bosnia-Herzegovina	0	2	2
Bulgaria	2	0	2
Chipre	0	7	7
Chipre-Norte (Rtnc)	0	1	1
Croacia	16	1	17
Dinamarca	4	0	4
Eslovaquia	3	0	3
Eslovenia	0	2	2
España	239	148	387
Estonia	0	2	2
Finlandia	6	0	6
Francia	121	85	206
Georgia	0	2	2
Gibraltar	0	0	0
Grecia	6	5	11
Holanda	18	15	33
Hungría	6	0	6
Irlanda	5	0	5
Islandia	0	0	0
Italia	50	20	70
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
Mónaco	0	0	0
Montenegro	0	1	1
Noruega	3	1	4
Polonia	18	2	20
Portugal	30	22	52
Reino Unido	40	8	48
Rep. Checa	7	0	7
Rumanía	11	0	11
Rusia	72	73	145
Serbia	0	3	3
Suecia	4	0	4
Suiza	10	21	31
Turquía	99	0	99
Ucrania	5	7	12

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 el franquiciado dispone de una buena localización y cuando las características del mercado local lo hacen más apropiado, incluso en países donde existen tiendas propias.

- Puntos de venta propios
- Puntos de venta franquiciados
- ◐ Total puntos de venta

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | TIENDAS E INSTALACIONES

## Nuestro concepto de tienda

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, ubicadas en las mejores localizaciones de las principales ciudades del mundo. 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.

Este concepto de tienda se comenzó a implementar a partir de 2012 y en 2018 superábamos ya las 200 *megastores*. Estos nuevos espacios se caracterizan por contar con un nuevo concepto de arquitectura e interiorismo llamado The Line, formado por ambientes sofisticados y contemporáneos, diseñados para reflejar la personalidad de la marca. Además, la mayoría de ellas disponen de las novedades tecnológicas que se han ido implementando en los últimos años (probadores digitales, Pay&Go, ticket digital, WI-FI gratuito, etc).

De la misma forma, estamos trabajando continuamente en facilitar la usabilidad de nuestra tienda online desde cualquier dispositivo (PC, móvil o tablet) y para cualquier fase de la navegación: desde la búsqueda de una prenda hasta el momento del pago.



# +200

MEGASTORES



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | TIENDAS E INSTALACIONES

## Impulso de la venta online como parte de la transformación digital

2018 ha representado un año donde clave en el desarrollo digital, logrando que las ventas online representen ya el 20% de las ventas totales de la compañía, un objetivo que se había fijado inicialmente para el 2020. Concretamente la venta online creció en 2018 un 36% apuntalando la estrategia fijada por MANGO de representar una empresa de referencia en este canal digital.

Este crecimiento se ha logrado gracias a un crecimiento sostenido de las visitas a la web junto con una mejora continua en la tasa de conversión de las visitas de clientas digitales de MANGO, fruto de las mejoras implantadas tanto en la web como en las apps.

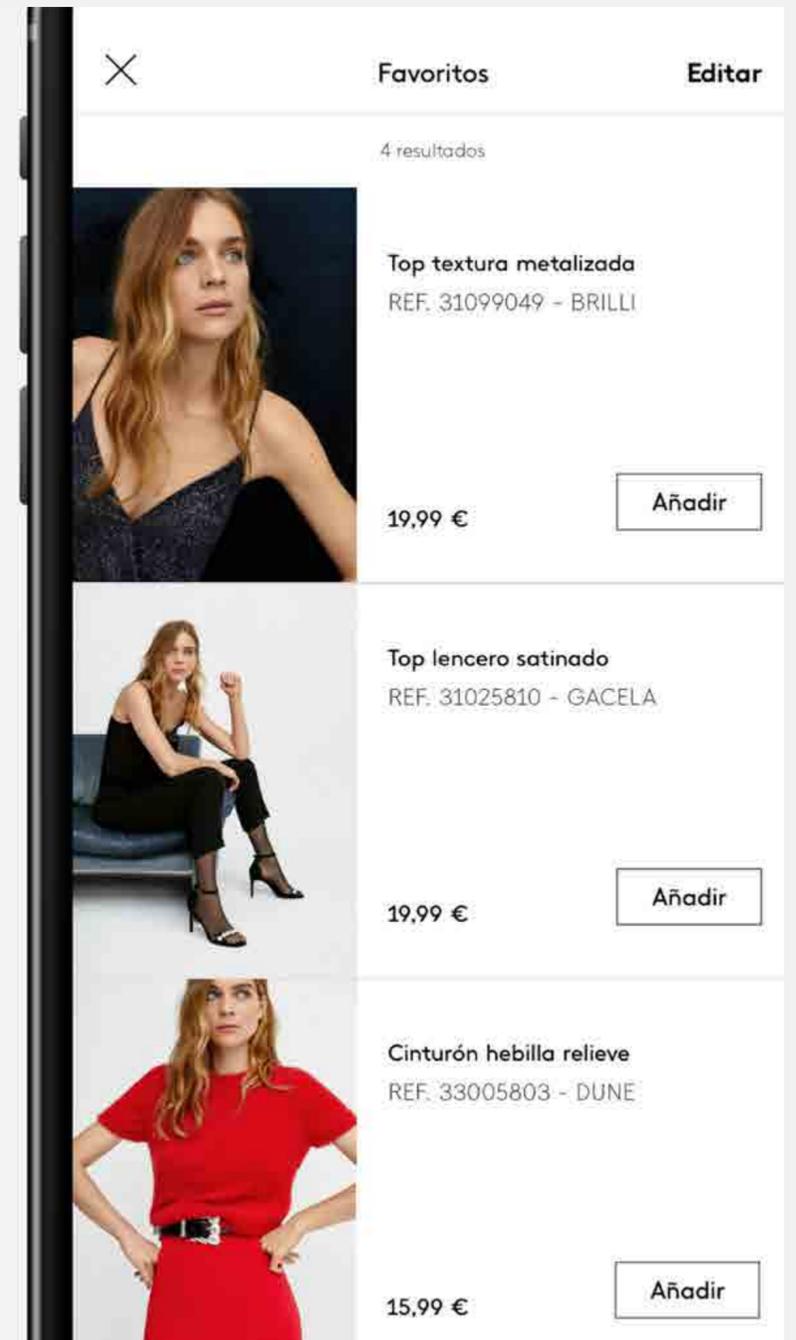
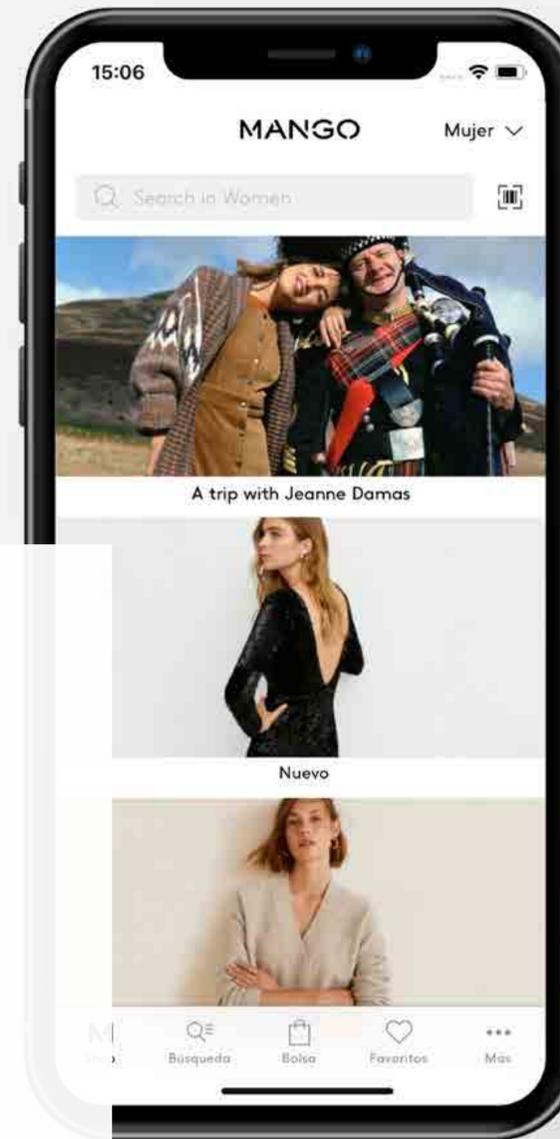
2018 también ha representado un año de evolución en la estrategia omnicanal de la compañía, con la introducción en Reino Unido del envío de pedidos online desde la tienda directamente al consumidor con el stock propio de la tienda, lo que impacta positivamente en la experiencia del cliente por la rapidez del envío, así como optimiza la rotación del stock en dicha tienda. También en 2018 se ha extendido la exitosa iniciativa lanzada en 2017 del ticket digital con los beneficios que ello conlleva tanto para el medio ambiente como para la comodidad de la clienta.



20%  
VENTAS ONLINE



36%  
CRECIMIENTO  
VENTA ONLINE



## Optimización del embalaje online

Con el crecimiento exponencial de la venta de online, MANGO reconoce la necesidad de asegurar la optimización de los embalajes utilizados para los envíos de las compras realizadas a través de este canal.

En 2018 MANGO dejó de comprar bolsas-sobre de plástico para la entrega de pedidos online y decidió que todas las compras online se entregarían en embalajes de papel/cartón. A lo largo de 2018 se utilizaron bolsas-sobre de plástico para la entrega de pedidos online hasta la finalización de stocks. De esta manera MANGO avanza hacia reducir su impacto ambiental en cuanto al uso de plástico. Gracias a esta nueva política en 2018 MANGO ahorró más de 6 millones de bolsas de plástico de envíos online.

Por otro lado, las cajas utilizadas para la entrega de pedidos online contienen un porcentaje de cartón reciclado y son de cartón certificado PEFC. De esta manera aseguramos que el cartón de todas las cajas de pedidos online proviene de plantaciones de gestión sostenible y promovemos una economía circular a través del reciclaje de recursos como el papel/cartón.

Además, se realizó un estudio para optimizar las diferentes medidas y reducir los gramajes de la variedad de cajas para los pedidos online. Así, MANGO asegura que se utiliza la mínima cantidad de materiales, en este caso cartón, para los embalajes de envíos online, lo que supone reducir los residuos de cartón asociados a la venta online.



## Criterios de sostenibilidad en tiendas e instalaciones

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.

### ILUMINACIÓN

La iluminación mediante LEDs está implementada en el 100% de las tiendas nuevas y reformadas y progresivamente se está aplicando en el resto de tiendas. Incorporamos sistemas de control de iluminación fuera de las horas de apertura al público.

#### CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

##### PUNTOS DE VENTA PROPIOS

41.730

MWh España

78.417

MWh Extranjero

##### PUNTOS DE VENTA FRANQUICIADOS

16.887

MWh España

76.952

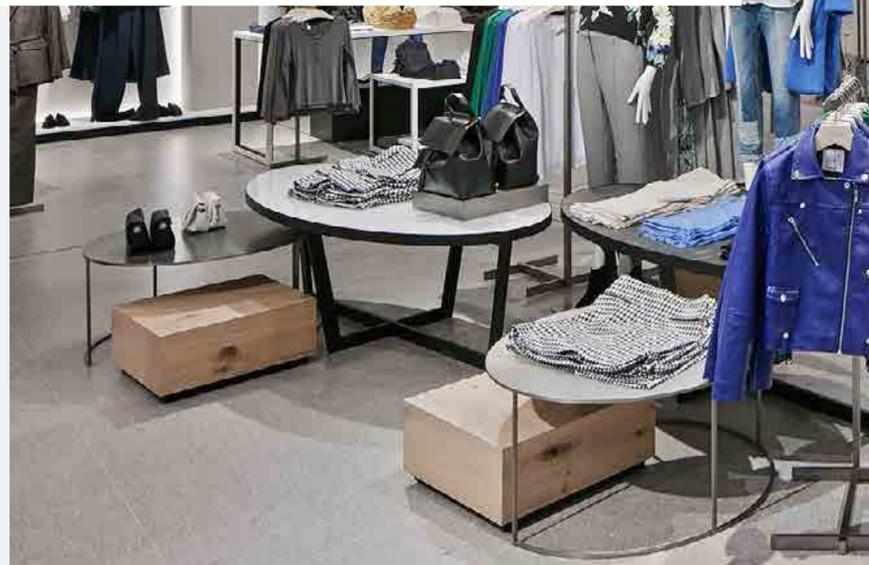
MWh Extranjero

### 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.

### INTERIORISMO

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



### BOLSAS

El 82% de las bolsas comerciales MANGO son de papel. Todas las bolsas son de papel certificado PEFC para asegurar que son de papel que proviene de bosques de gestión sostenible. Las bolsas de plástico se utilizan únicamente en algunas tiendas outlet y en países puntuales para rebajas hasta terminar stocks.

### TICKET DIGITAL

El ticket digital contribuye a reducir el consumo de recursos de papel asociado a las tiendas. El uso del ticket digital está implantado actualmente en Alemania, España, Francia, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos, Reino Unido y Suiza.

### 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.

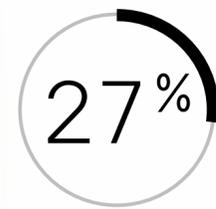
## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | TIENDAS E INSTALACIONES

**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.



DE LOS EMPLEADOS  
UTILIZAN EL SERVICIO  
DE TRANSPORTE  
GRATUITO



27.177m<sup>3</sup>

CONSUMO DE AGUA



22.655 MWh

CONSUMO  
DE ELECTRICIDAD



3.123 MWh

CONSUMO DE GAS

## Emisiones CO<sub>2</sub>

### CÁLCULO Y COMPENSACIÓN DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Dada la actividad de MANGO a nivel mundial, y conocedores de nuestro impacto ambiental, calculamos anualmente la huella de carbono de la empresa, incluyendo tanto las emisiones directas como indirectas. Este cálculo se realiza internamente utilizando una herramienta de cálculo propia diseñada para contemplar todos los factores relevantes asociados a las emisiones de la empresa.

#### Cálculo de la huella de carbono

En MANGO llevamos a cabo desde hace nueve 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 CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> equivalente. Esta conversión se realiza a partir del "potencial de calentamiento" de los gases de efecto invernadero de Kyoto. Las emisiones de CO<sub>2</sub> 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 CeroCO<sub>2</sub> 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.

ALCANCE	TN CO <sub>2</sub> EQ	%
Alcance 1	13.263,13	3,58%
Alcance 2	103.167,61	27,88%
Alcance 3	253.577,68	68,53%
<b>TOTAL</b>	<b>370.008,42</b>	<b>100,00%</b>

DETALLE	TN CO <sub>2</sub> EQ	%	ALCANCE
Gas natural, oficinas y almacenes nacionales	633,88	0,17%	2
Transporte materias primeras	4.784,24	1,29%	3
Electricidad oficinas/almacenes	7.964,42	2,15%	2
Transporte personal	13.263,13	3,58%	1
Electricidad producción	27.388,20	7,40%	3
Producción materias primeras	48.203,64	13,03%	3
Electricidad puntos de venta	94.569,31	25,56%	2
Transporte mercancías	173.201,60	46,81%	3
<b>TOTAL</b>	<b>370.008,42</b>	<b>100%</b>	

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | TIENDAS E INSTALACIONES

### 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 2017 y ascienden a 17.992 Tn CO<sub>2</sub> eq. Estas fueron compensadas colaborando en los proyectos citados a continuación.

Todos los proyectos de compensación están tramitados con la certificación de compensación Clean CO<sub>2</sub>.



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

EMISIONES  
COMPENSADAS 2017

#### PROYECTO 1

##### Central hidroeléctrica Kepezkaya (Turquía)

Este proyecto consiste en la construcción de una central hidroeléctrica sobre el río Göksu en la provincia de Karaman, Turquía. Se estima que esta central producirá un promedio de 107.587 MWh anuales de electricidad durante los primeros diez años reduciendo las emisiones de GEI gracias a la sustitución de la generación de electricidad basada en combustibles fósiles por energía hidroeléctrica. Esta fuente de electricidad es más constante y, por tanto, fiable. Además, la implantación de este proyecto apoya a las comunidades aledañas proporcionando agua de riego a la población, aumentando el empleo local, y mejorando las vías de acceso a la zona.

#### 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.

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | TIENDAS E INSTALACIONES



### NORMATIVA AMBIENTAL

El cumplimiento normativo en materia ambiental es necesario para garantizar la ausencia de impactos negativos en relación con la sostenibilidad. Además, el incumplimiento de las leyes puede suponer sanciones económicas y administrativas, así como un riesgo reputacional.

Con la intención de evitar la generación de dichos impactos negativos, MANGO cumple la legislación y la normativa ambiental vigentes.

### MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL: RESIDUOS

#### Gestión de los residuos

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 estos 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, etc), que representan menos del 1% de los residuos generados, son debidamente gestionados según sus características.

Con el objetivo de mitigar y controlar el impacto generado por los residuos resultantes de nuestra actividad, 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.



## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | TIENDAS E INSTALACIONES



RESIDUO	TN	%	VÍA DE GESTIÓN
CARTÓN/PAPEL	3637,170	71,81%	Reciclaje (V11)
BANAL	939,526	18,55%	Gestión por un centro de recogida (T62)
ENVASES LIGEROS/PLÁSTICO	145,000	2,86%	Reciclaje (V11, V12, V41)
MADERA	210,200	4,15%	Reciclaje y reutilización (V15)
MEZCLAS VALORIZABLES (Plástico)	63,380	1,25%	Reciclaje de plásticos (V12)
RAEE	25,822	0,51%	Tratamiento mecánico o fragmentación para adaptar el tamaño o volumetría de los residuos para otros tratamientos posteriores (R1205)
TEXTIL	37,67	0,74%	Reciclaje de textil (B13)
OTROS NO ESPECIALES	5,668	0,11%	Reciclaje y recuperación (V41, V14)
OTROS ESPECIALES	0,283	0,006%	Gestión por un centro de recogida (T62)
<b>TOTAL</b>	<b>5064,719</b>	<b>100,00%</b>	

En nuestros centros de distribución utilizamos cajas de material 100% 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.

**IMPULSANDO LA ECONOMÍA CIRCULAR: 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 tuvo su primera gran expansión en España y Europa. En 2018 contamos con más de 160 contenedores en las principales ciudades de España y 30 en Europa distribuidos por Alemania, Croacia, Francia, Holanda, Italia, Portugal, y Reino Unido. En 2018 las recogidas en los contenedores SECOND CHANCES de MANGO incrementaron un 35% en comparación con 2017.



**+160**

CONTENEDORES  
EN ESPAÑA



**30**

CONTENEDORES  
EN EUROPA



## El modelo de Sostenibilidad de MANGO | TIENDAS E INSTALACIONES

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. Todo lo recogido es donado y procesado en el centro de recuperación y reciclaje KOOPERA 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](http://www.koopera.org)).

En 2019 está previsto hacer una nueva expansión al 100% de las tiendas de España y propias de Francia para ofrecer a nuestros clientes la oportunidad de dar una segunda vida a sus prendas usadas.



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

64%

REUTILIZACIÓN LOCAL

17%

REUTILIZACIÓN INTERNACIONAL

11%

RECICLAJE PARA NUEVAS FUNCIONES

8%

VALORIZACIÓN ENERGÉTICA

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CLIENTES Y SOCIEDAD

# Clientes y sociedad

Mejorando la comunicación con nuestros clientes en un entorno omnicanal

## CLIENTES

Estamos orientando la compañía hacia el cliente. Es uno de los pilares estratégicos de MANGO.

Hoy en día, el cliente está mucho más informado que antes y, por lo tanto, es mucho más exigente. Además, interactúa con la marca en muchos más puntos de contacto: punto de venta, redes sociales, etc.

El gran reto es asegurar que la experiencia del cliente, independientemente del canal o canales en que suceda, sea memorable. Para lograrlo, es fundamental tener un mejor conocimiento del cliente y entender cómo y cuándo interactúa con la marca.

Es por ello que en 2018 creamos el Departamento de Cliente, cuya principal misión es la de acompañar a toda la organización a tener un mayor foco en el Cliente.

Este departamento debe ser el responsable, además, de diseñar e implementar iniciativas que permitan conocer y entender mejor a nuestros clientes para poder diseñar experiencias personalizadas que nos ayuden a fidelizarles.



# 2018

CREACIÓN  
DEPARTAMENTO  
DE CLIENTE



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | **CLIENTES Y SOCIEDAD**

### VOZ DE CLIENTE

Un claro ejemplo de esta determinación por conocer y entender mejor las necesidades de nuestros clientes ha sido el lanzamiento del programa Voz de Cliente.

Enviamos encuestas a través del correo electrónico a nuestros clientes de España que habían hecho una compra en nuestras tiendas física u online para conocer su nivel de satisfacción. Basándonos en sus respuestas, detectamos áreas de mejora en la experiencia de compra y hemos puesto en marcha varias iniciativas que deben garantizar una mejora en dicha experiencia para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

### MANGO likes you

En el primer semestre de 2019 se ha puesto en marcha en España y Francia MANGO Likes You, el nuevo Club de fidelización de MANGO. Este club nace con el propósito de crear un mayor vínculo con los clientes a través de experiencias relacionadas con los territorios de marca: sostenibilidad, cultura y comunidad.

El cliente puede acumular Likes (puntos) tanto por las compras que realiza en MANGO como por otras iniciativas (si trae prendas para reciclar a nuestras tiendas, por ejemplo).

Dichos Likes acumulados puede redimirlos posteriormente por descuentos en nuevas prendas de la colección o bien puede transferirlos a diferentes ONGs como por ejemplo, la Fundación Vicente Ferrer o Médicos sin Fronteras para colaborar en proyectos solidarios. Alternativamente, los Likes podrá redimirlos, si lo prefiere, por entradas de cine o suscripciones Premium a Spotify o HBO.

MANGO Likes You es un club de fidelización absolutamente omnicanal y permitirá a MANGO optimizar todas las iniciativas y proyectos implementados por el departamento de Cliente.

### TICKET DIGITAL

A mediados de 2017 se lanzó este servicio en algunas de nuestras tiendas de España y UK. Este servicio permite al cliente recibir el ticket en su dirección de cuenta de correo electrónico. De esta forma, en caso de cambio o devolución de la prenda, basta con consultar el ticket en su bandeja de entrada. A la vez, si el cliente tiene una cuenta en nuestra web, puede consultar su historial de compras dentro de la sección "Mis Compras".

Desde entonces se ha ido implementando este servicio en más países, estando disponible a finales de 2018 en 8 países en los cuales ha tenido una gran aceptación por su comodidad y por el apoyo por parte de nuestros clientes a todas las iniciativas que impliquen un menor consumo de papel.

### CLICK&COLLECT

Los clientes que compran online en UK, Holanda, Portugal e Irlanda y seleccionen recogida en tienda, recibirán, siempre y cuando esta tenga stock, un aviso para recoger su pedido el mismo día en la tienda seleccionada. Con este servicio, MANGO mejora la experiencia del cliente para que disfrute de su compra antes de lo esperado.

Esta iniciativa que ya está disponible en UK desde octubre de 2017, se ha lanzado a lo largo del primer semestre de 2019 en Irlanda, Portugal y Holanda alcanzando un total de más de 60 tiendas.

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | **CLIENTES Y SOCIEDAD**

### SHIP FROM STORE

Los clientes de online en Londres tienen la posibilidad de recibir su pedido en su domicilio el mismo día o al día siguiente si la tienda de Oxford St. tiene el producto disponible en su almacén. Este servicio está disponible por ahora en la tienda de Oxford Street de Londres.

Con este servicio, junto con el click&collect, MANGO apuesta por la integración de los canales online y offline, lo que implica no solo una reducción de los tiempos de entrega para el cliente sino una mejora de optimización del stock.

### ESCANEO DE CÓDIGO QR

También ofrecemos al cliente la posibilidad de escanear el código QR presente en nuestras etiquetas para que pueda acceder fácilmente a más información sobre el producto, recomendaciones de producto personalizadas o consultar el total look con el objetivo de enriquecer su experiencia en tienda física gracias a su dispositivo móvil.

### FASHION ASSISTANT

La nueva funcionalidad de la APP de MANGO es un chatbot que ayuda a los usuarios a encontrar artículos a través del reconocimiento de imagen o búsqueda por voz, ofreciendo así una experiencia única y personalizada.

El servicio se inicia activando el Fashion Assistant en la APP de MANGO, tanto en iOS como en Android. El usuario envía una foto donde aparece una prenda que le gusta y le sugerimos prendas similares disponibles en MANGO ofreciendo al usuario la opción de comprar la prenda directamente desde la APP o consultar la disponibilidad de la misma en su tienda más cercana.



### PROBADOR DIGITAL

En la actualidad tenemos unos 60 probadores que hemos implementado en ocho de nuestras tiendas más emblemáticas en ciudades como Nueva York, Madrid (Serrano y Preciados), Barcelona (Palmera), Lyon, Lisboa (Restauradores), Londres (Westfield) y Varsovia.

El probador digital consiste en una pantalla táctil instalada en el espejo de los probadores. Funciona al escanear el código de barras de los productos y tiene tres funciones principales sin salir del probador:



Ofrecer al cliente la posibilidad de solicitar una talla o color diferente a la que tenga en el probador.



Proponer al cliente prendas que combinan con la prenda escaneada para completar el look.



Solicitar la atención del personal de tienda sin salir del probador.

El personal de tienda recibe las peticiones a través de un reloj digital para responder a las necesidades de los clientes de forma mucho más ágil.

Los clientes han valorado muy positivamente la iniciativa ya que además de que lo consideran innovador, les resulta muy práctico.

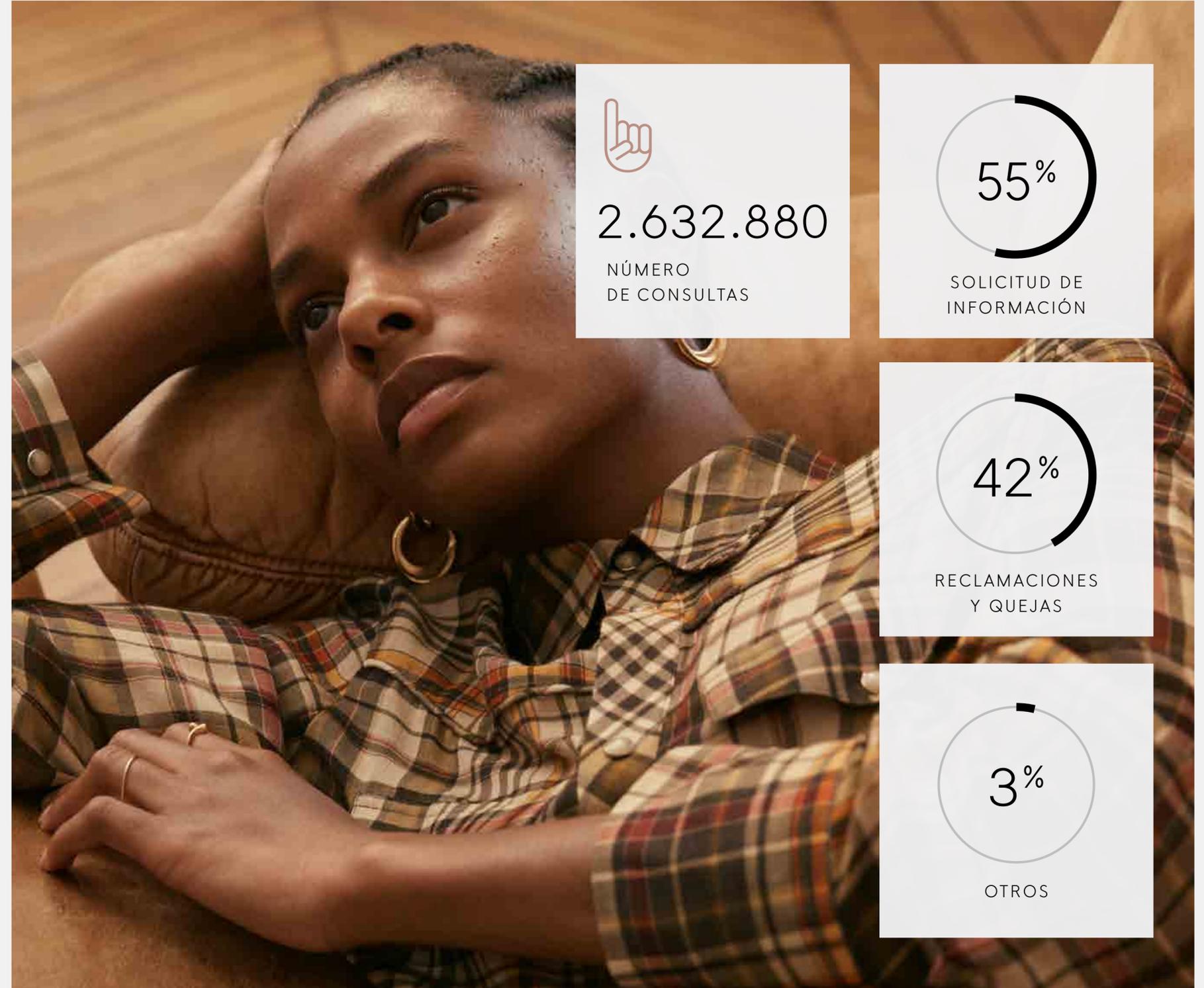
El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CLIENTES Y SOCIEDAD

## La atención al cliente: una prioridad para MANGO

La atención a nuestros clientes es fundamental para que disfruten de una buena experiencia. Debemos asegurar que en nuestras tiendas físicas el cliente se sienta bien atendido y asesorado por nuestro personal de tienda. Tenemos muy presente que nos enfrentamos al reto diario de ofrecer un servicio excelente a nuestros clientes.

Además de los puntos de venta, los clientes cuentan con diversos canales de comunicación a través de los cuales pueden contactar con nosotros. En nuestra sede central disponemos de un departamento especializado para cualquier consulta, duda o sugerencia que atiende en más de 20 idiomas diferentes.

La gestión de información personal responde a nuestro compromiso con los clientes que exigen confianza en su relación con la organización. Por ello entendemos que la protección de la privacidad de nuestros clientes o potenciales clientes es más que una obligación legal. Se trata de una obligación moral y una condición necesaria para el éxito. Por este motivo, toda la información respecto a los datos personales utilizados en nuestra organización se encuentra protegida de acuerdo con lo especificado en las diferentes leyes y reglamentos de aplicación.

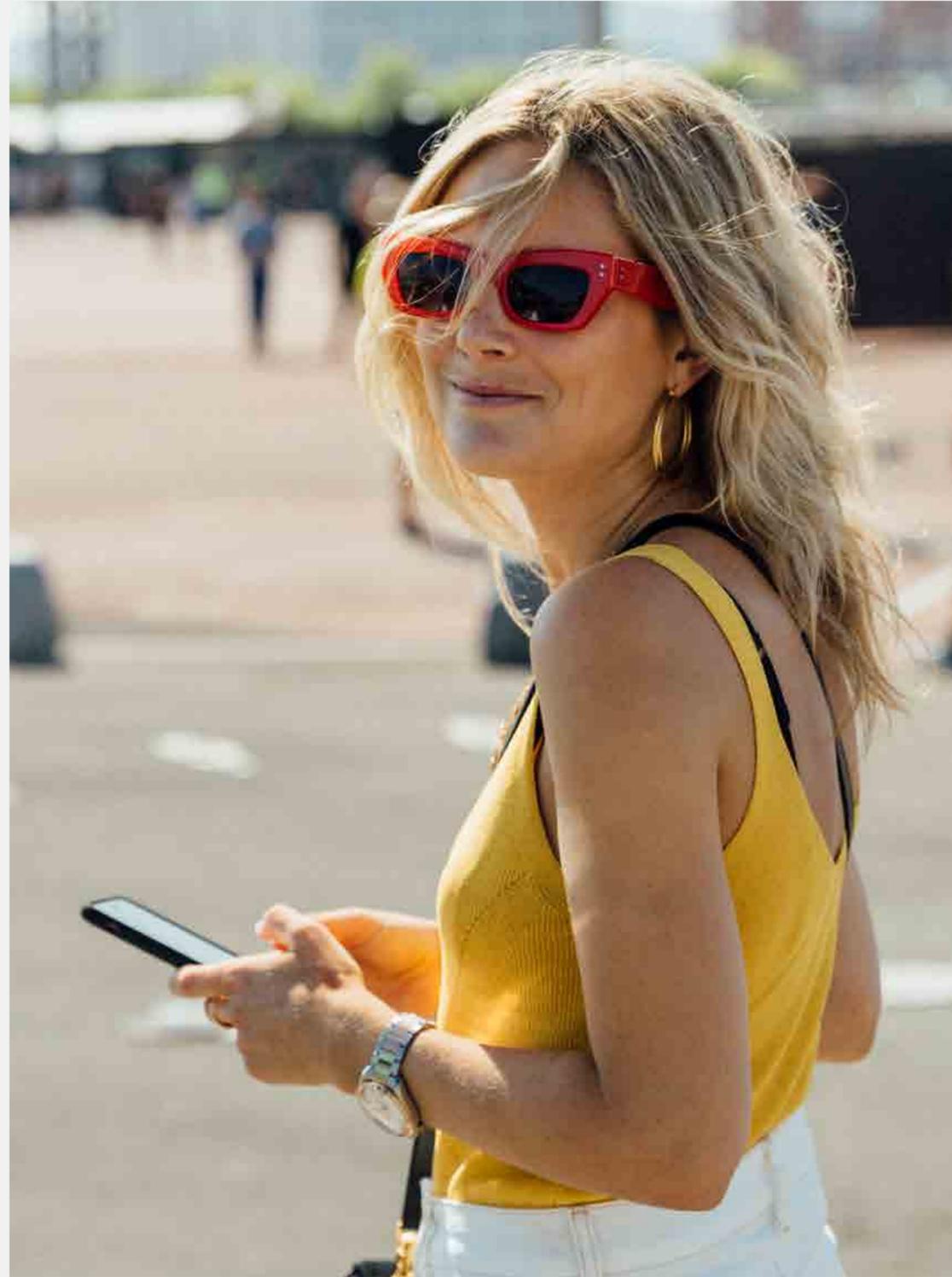


El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CLIENTES Y SOCIEDAD

## 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.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | **CLIENTES Y SOCIEDAD**

## CAMPAÑAS

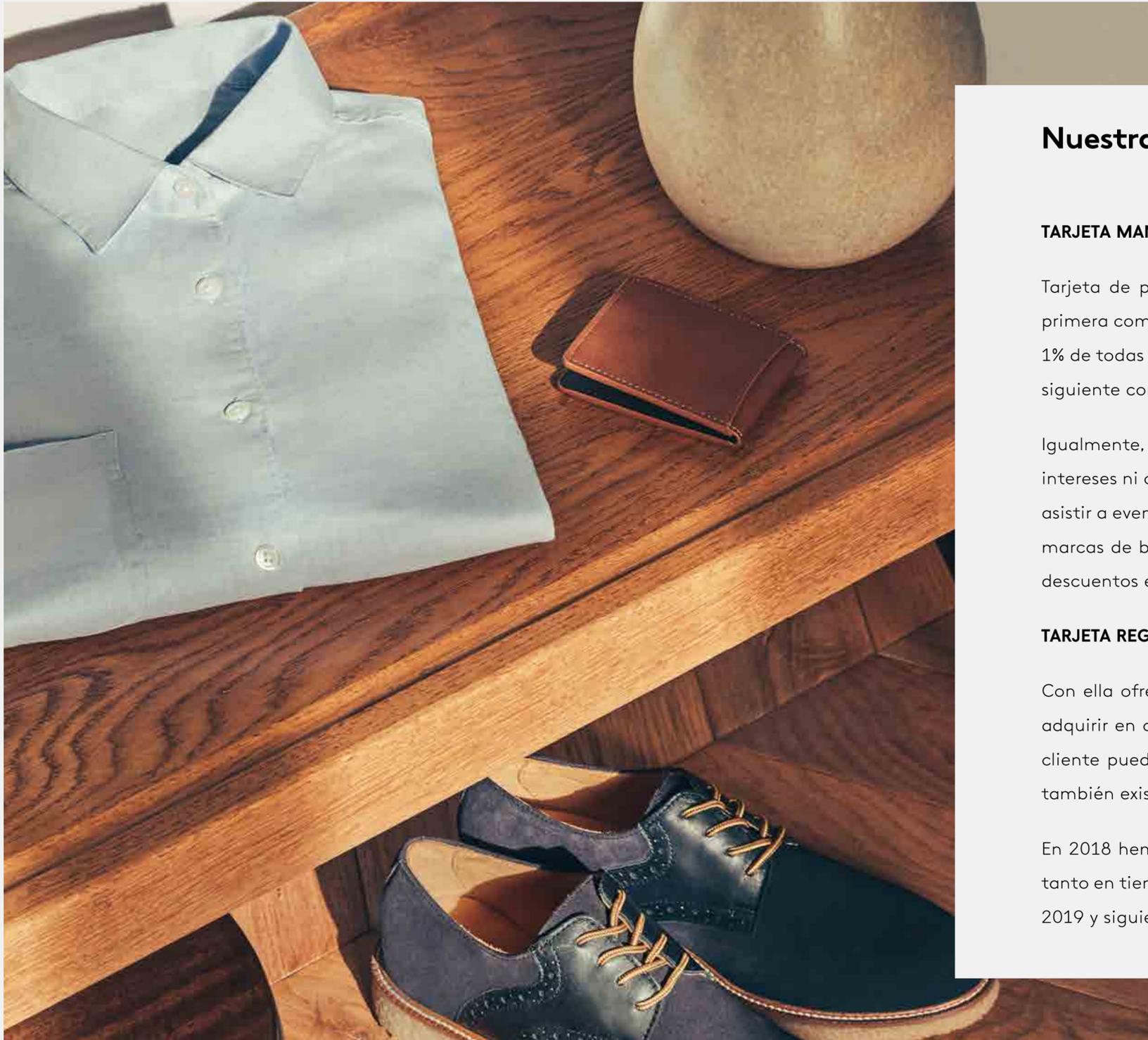
### **La nueva campaña Otoño/Invierno 2018 de MANGO**

Una mirada personal del fotógrafo Mario Sorrenti, que reflejaba momentos íntimos del día a día de sus protagonistas y en la que se trabajó el concepto MANGO TOGETHER. Fue una campaña coral en las que se profundizaba en el concepto de comunidad de forma muy inclusiva a través de sus protagonistas. Un mensaje fraternal centrado en los vínculos personales y la estrecha relación que mantienen con el propio Sorrenti y con MANGO, un grupo de personas muy diverso que forma parte de su entorno cotidiano, creando una gran familia.

### **Campañas COMMITTED**

Por segundo año consecutivo, MANGO lanzó dos campañas COMMITTED, colecciones producidas siguiendo criterios de sostenibilidad.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | **CLIENTES Y SOCIEDAD**

## Nuestras tarjetas

### TARJETA MANGO (ESPAÑA)

Tarjeta de pago totalmente gratuita que ofrece un 10% de descuento inmediato en la primera compra. Entre otras de sus ventajas permite recuperar a los usuarios de la tarjeta el 1% de todas las compras que hayan realizado fuera de MANGO. Este cashback se aplica a su siguiente compra en cualquier tienda MANGO y en cualquier momento del año.

Igualmente, la tarjeta ofrece 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.

En 2018 hemos lanzado la versión de Tarjeta Regalo Omnicanal en España (de aplicación tanto en tienda física como en online) y se espera la implementación en más países durante 2019 y siguientes años.

El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CLIENTES Y SOCIEDAD

## SOCIEDAD

### 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 desarrollamos una acción social diversa a través del apoyo financiero, voluntariado y donaciones de producto, con el objetivo de conseguir una sociedad más justa y solidaria.

A lo largo del 2018 MANGO se ha mantenido como socio estratégico de proyectos solidarios y ha colaborado con otros de reciente desempeño.

De todos ellos se hace un seguimiento personalizado y continuo para asegurar la transparencia en el desarrollo de estos proyectos.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CLIENTES Y SOCIEDAD

## Acción social

### 1. EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

#### FUNDACIÓN VICENTE FERRER

Alineados con el compromiso de esta fundación, MANGO participa en la segunda etapa de la creación de un centro de producción y formación en artesanía textil para mujeres con discapacidad en Anantapur, India.

#### FUNDACIÓN ARED

En colaboración con esta fundación, MANGO financia becas de confección industrial para mujeres en vías de reinserción social. Estas mujeres hacen actualmente los arreglos de prenda en tiendas.

#### FUNDACIÓN HOMAC

Con el fin de potenciar la educación y la formación en comunidades locales de países como Etiopía, se financia curso en corte y confección en Awasa, el Mantenimiento de una escuela preescolar en Dódola, provisión para emergencia de desplazados cerca de la frontera con Sudán y Etiopía.

#### FUNDACIÓN AGH

MANGO colabora con esta fundación en el proyecto ubicado en la misión de Brazani, Mang'ola (Tanzania), financiando y manteniendo dos proyectos: un centro de formación textil para mujeres y una escuela infantil.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | **CLIENTES Y SOCIEDAD**

## Acción social

### OGRNCILERE YARDIM DERNEGI

El proyecto desarrollado en Turquía, ofrece financiación de becas a jóvenes sin recursos de Istanbul.

### FUNDACIÓN ACTIVE ÁFRICA

Comprometidos con la promoción de la educación y la erradicación de las desigualdades, colaboramos con la ONG Active África con la construcción de dos escuelas, el mantenimiento de un orfanato y la financiación de programas alimentarios en Malawi. También se realizan inversiones puntuales, tales como la compra un generador eléctrico para Likuni mission Hospital, todo en Malawi.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CLIENTES Y SOCIEDAD

## Acción social

### 2. CONTRIBUCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

#### FUNDACIÓN FERO (FUNDACIÓ D'ESTUDIS I RECERCA ONCOLÒGICA)

Por tercer año consecutivo, MANGO ha financiado una parte del proyecto de investigación que desvela la importancia de la dinámica de la cromatina en el desarrollo del cáncer, un estudio liderado por la Dra. Sandra Peiró.

#### FUNDACIÓN AECC CONTRA EL CÁNCER

MANGO ha financiado una beca de investigación para la Dra. María Abad con un estudio sobre la interacción del cáncer y su raíz. Un proyecto innovador que se dirige hacia el desarrollo de nuevas terapias.

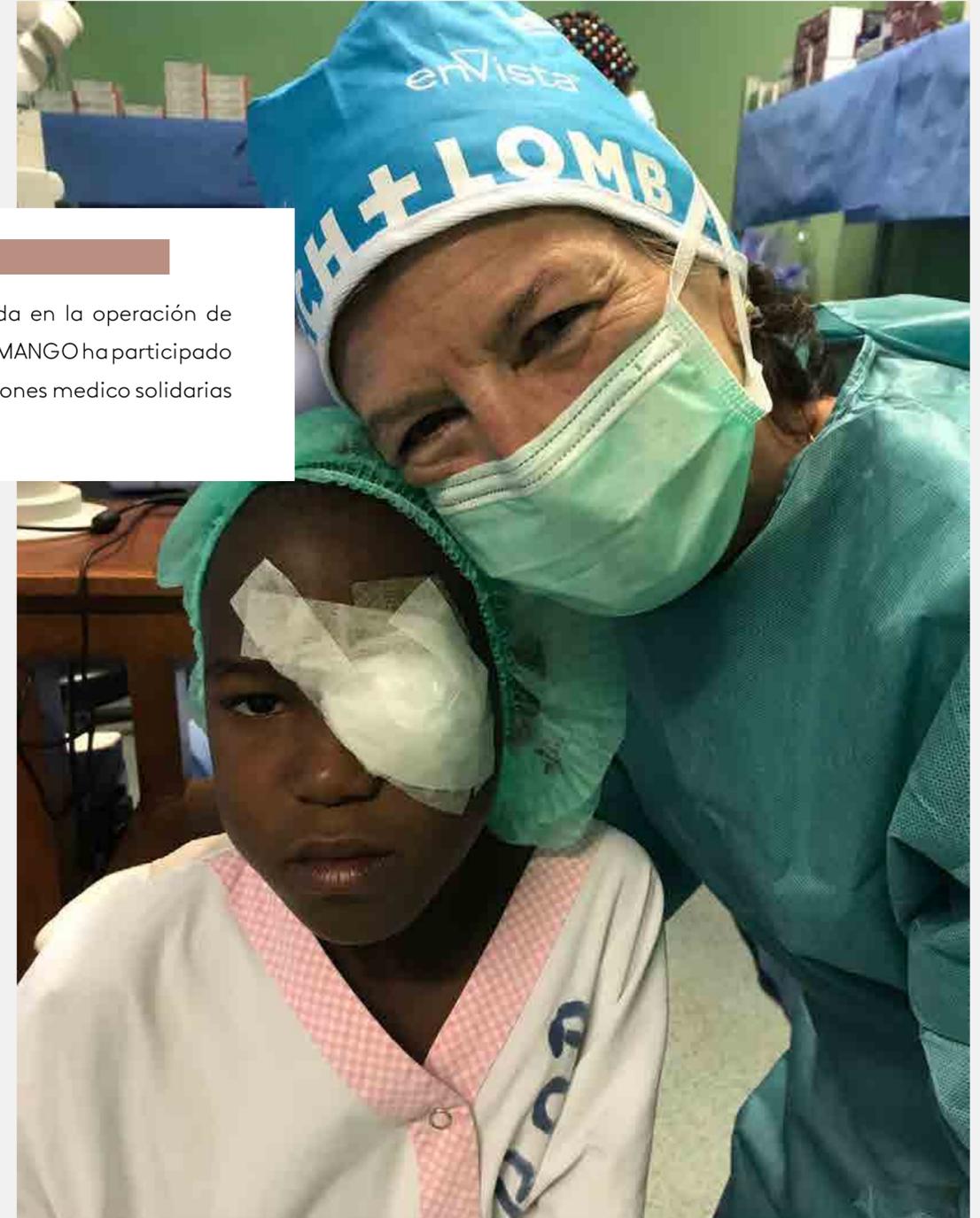
#### FUNDACIÓN JOSEP CARRERAS CONTRA LA LEUCEMIA

MANGO colabora con su Registro de Donantes de Médula Ósea (REDMO). El objetivo de este registro es encontrar un donante compatible para los pacientes que necesitan un trasplante de médula ósea.

### 3. SALUD Y BIENESTAR

#### FUNDACIÓN BARRAQUER

Esta fundación está especializada en la operación de cataratas, a través de su proyecto MANGO ha participado en la financiación de sus expediciones medico solidarias en los países del Sur.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CLIENTES Y SOCIEDAD

## Acción social

### 4. REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES, EL HAMBRE Y LA POBREZA

#### FUNDACIÓN VITA MUNDI

MANGO colabora con esta fundación en India a través de programa de alimentación destinado a las personas que viven en una zona de chabolas permanentes en el slum de Ganeshnagar, en Bombay.

#### FUNDACIÓN BANCOS DE ALIMENTOS

Una de las carencias más básicas en la alimentación infantil es la leche. Con el fin de contribuir a suplir estas carencias, MANGO contribuye con la compra de leche para las entidades adscritas al Banco.

#### FUNDACIÓN NAMLO EUROPA

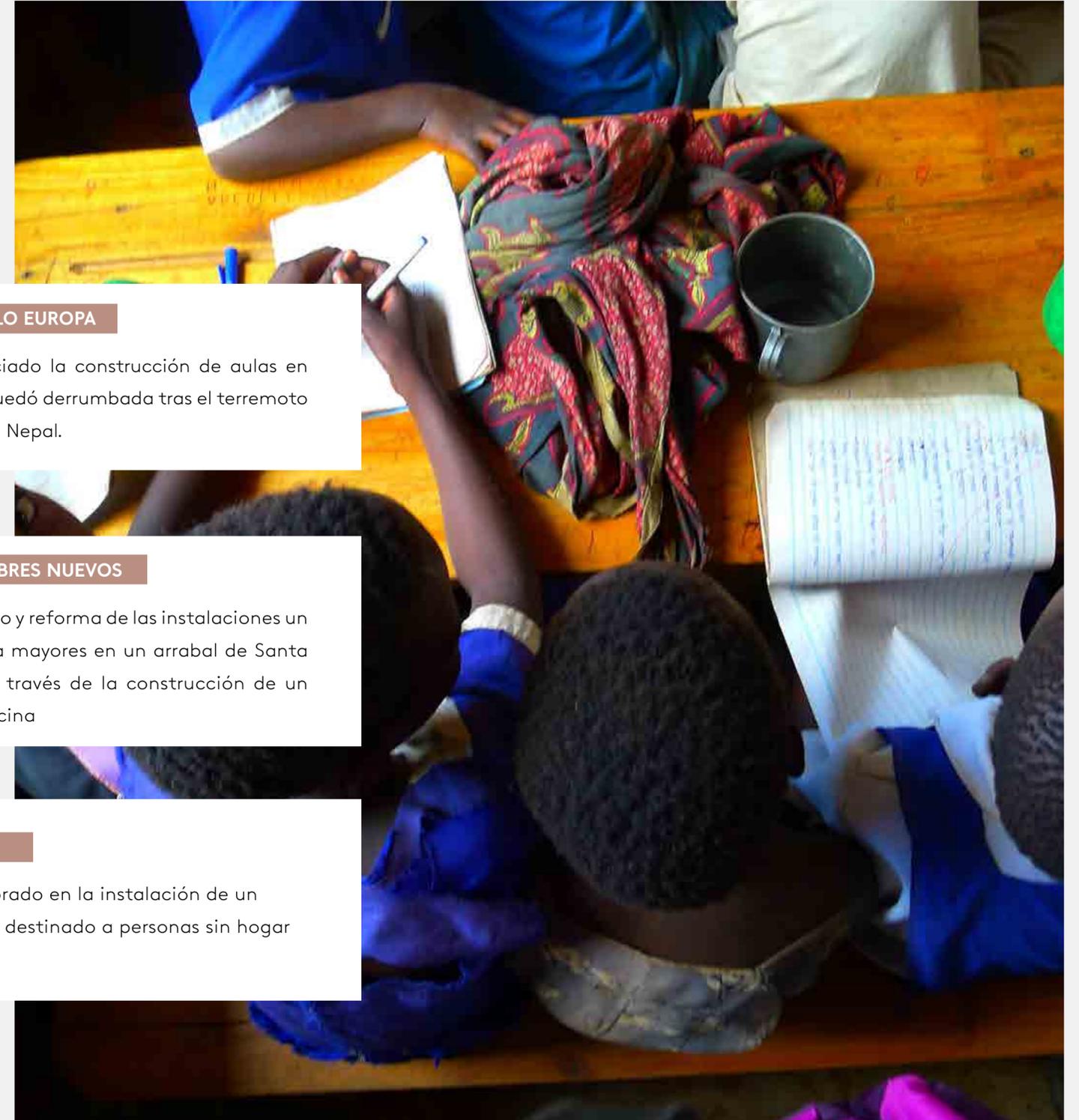
MANGO ha financiado la construcción de aulas en una escuela que quedó derrumbada tras el terremoto de 2015 en Namlo, Nepal.

#### FUNDACIÓN HOMBRES NUEVOS

Acondicionamiento y reforma de las instalaciones un centro de día para mayores en un arrabal de Santa Cruz en Bolivia, a través de la construcción de un comedor y una cocina

#### FUNDACIÓN ASSIS

MANGO ha colaborado en la instalación de un servicio de duchas destinado a personas sin hogar en Barcelona.



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CLIENTES Y SOCIEDAD

## Acción social

### 5. AYUDA DE EMERGENCIA

#### MÉDICOS SIN FRONTERAS

MANGO es socio estratégico de la ONG y los fondos destinados apoyan directamente a la Unidad de Emergencias, cuyo reto es el de dar respuesta inmediata a cualquier situación de urgencia o desastre tales como epidemias, fenómenos naturales o conflictos bélicos. Desde esta Unidad se realiza un seguimiento permanente de alertas para este tipo de sucesos.

### 6. VOLUNTARIADO DE EMPLEADOS

#### FUNDACIÓN SOÑAR DESPIERTO

Los empleados de MANGO se unen al Día del Voluntariado con niños residentes en centros tutelados y de acogida de Barcelona. Durante esta jornada acompañan a los niños en su visita al parque de atracciones del Tibidabo.

#MangoVolunteer



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | CLIENTES Y SOCIEDAD

## Acción social

### 7. OTRAS COLABORACIONES

Con el fin de aumentar nuestro impacto positivo en la sociedad, durante el año 2018 seguimos donando ropa no comercializable a diferentes organizaciones con fines solidarios.

Además, a lo largo del año, ofrecemos la oportunidad a nuestros empleados de participar activamente en diferentes campañas sociales, eventos solidarios y otro tipo de colaboraciones tales como:



Mercadillos solidarios



TEAMING (donaciones voluntarias de 1€ al mes)



Campañas de donaciones de sangre



Recogidas de alimentos



Recogidas de juguetes en Navidad



Otros



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | **CLIENTES Y SOCIEDAD**

## Cátedra MANGO de responsabilidad social corporativa

En 2006 creamos la Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa mediante la firma de un convenio de colaboración con la Escuela Superior de Comercio Internacional (ESCI-UPF), adscrita a la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona). Esta iniciativa está en consonancia con los valores de ambas instituciones en aspectos de sostenibilidad y compromiso ético.

Su objetivo fundamental consiste en profundizar en el conocimiento de la responsabilidad social corporativa (RSC) y analizar la sostenibilidad de la actividad económica y empresarial, combinando el rigor académico y la aplicación práctica. Entre estos objetivos también se encuentran los de generar conocimiento, análisis y debate en relación con estas cuestiones y, al mismo tiempo, trasladar estas reflexiones a la sociedad.

Los proyectos y actividades y otros detalles pueden consultarse en su página web:



<http://esci.upf.edu>



El modelo de Sostenibilidad de MANGO | **CLIENTES Y SOCIEDAD****PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTOS DE TRABAJO**

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 realizados durante 2018 destaca por una parte, la medición del impacto social a través de la aplicación de la metodología del cálculo del valor social integrado (VSI) para diversas organizaciones. El Valor Social Integrado (VSI) representa un indicador novedoso que integra los resultados económicos y sociales de una organización en un único concepto de generación de valor a la sociedad.

Por otra parte, se inició el estudio en colaboración con la Asociación Española de Directivos de Responsabilidad Social (DIRSE) sobre la función de la responsabilidad social en la empresa española. El objetivo de este último estudio es ofrecer una radiografía actual de la figura responsable de la RSC o sostenibilidad y analizar su papel en la implantación de estos asuntos en las compañías. De la mano de DIRSE se envió una encuesta online a más de 300 empresas españolas y se analizaron estadísticamente las respuestas recibidas. Los resultados del estudio se presentarán en el año 2019.

**SISTEMA DE VALORACIÓN DE LA AUDITORÍA SOCIAL**

Entre las actividades realizadas durante el 2018, destaca la consulta a un grupo de expertos sobre la importancia relativa de los diferentes puntos contenidos en un código de conducta para proveedores propuesto por la Cátedra MANGO de RSC. Entre febrero y julio de 2018 se envió un cuestionario de evaluación a 13 expertos con diferentes perspectivas sobre el proceso de auditoría social: profesionales de empresas que contratan servicios de fabricantes, empresas fabricantes, consultorías, auditorías, patronales, sindicatos y entidades promotoras de la RSC. Los expertos coincidieron en la relevancia de los aspectos contenidos en el referido código.

**MANUAL DE AUDITORÍA SOCIAL**

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 2018 se han elaborado la cuarta y quinta fichas correspondientes a China y Portugal, que se añaden a las ya realizadas de Marruecos, Turquía y Vietnam. En 2019 se procederá a actualizar todas las fichas elaboradas hasta la fecha.

**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.

# 04

## Otra información de interés



Otra información de interés | RESULTADOS ECONÓMICOS

# Resultados 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 dentro de la organización a partir de una gestión eficiente y responsable de nuestros recursos económicos.

El cumplimiento normativo en materia socioeconómica es necesario para garantizar la ausencia de impactos negativos en relación con la sostenibilidad. Además, el incumplimiento de las leyes puede suponer sanciones económicas y administrativas, así como un riesgo reputacional.

## PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS

La gestión económica de la organización, que depende también de la situación económica general del sector y del país, tiene un gran impacto en nuestros grupos de interés, en concreto a empleados y proveedores. Afecta, a aspectos como la compra de productos y servicios, la red comercial y la estrategia empresarial entre otros.

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.

RESULTADOS	2016	2017	2018
Importe neto de la cifra de negocios	2.260.751	2.193.634	<b>2.233.089</b>
EBITDA	77.304	114.840	<b>135.137</b>
Beneficio neto	(60.940)	(33.166)	<b>(35.674)</b>

BALANCE	2016	2017	2018
Fondos propios	706.512	620.342	<b>594.395</b>
Total balance	2.214.760	2.032.287	<b>1.811.699</b>
Porcentaje de fondos propios sobre total balance	31,90%	30,52%	<b>32,80%</b>

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO	2016	2017	2018
Valor económico creado	2.337.276	2.298.976	<b>2.291.228</b>
Valor económico distribuido	2.259.057	2.203.626	<b>2.191.750</b>
Valor económico retenido	78.219	95.350	<b>99.478</b>

## 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	2016	2017	2018
Ventas en puntos de venta propios	1.668.157	1.610.205	<b>1.643.369</b>
Ventas a franquicias	592.594	583.429	<b>589.720</b>
<b>IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS</b>	<b>2.260.751</b>	<b>2.193.634</b>	<b>2.233.089</b>

VENTAS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS	2016	2017	2018
España	481.427	525.443	<b>504.993</b>
Unión Europea	959.803	940.339	<b>996.270</b>
Resto mundo	819.520	727.852	<b>731.826</b>
<b>IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS</b>	<b>2.260.751</b>	<b>2.193.634</b>	<b>2.233.089</b>

GASTOS DE PERSONAL	2016	2017	2018
Sueldos	333.611	334.267	<b>341.857</b>
Seguridad social y otros gastos sociales	80.074	79.346	<b>81.392</b>
<b>TOTAL</b>	<b>413.685</b>	<b>413.613</b>	<b>423.249</b>

DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS DE PERSONAL	2016	2017	2018
España	184.618	191.545	<b>210.355</b>
Unión Europea	168.371	167.759	<b>168.389</b>
Resto mundo	60.695	54.309	<b>44.505</b>
<b>TOTAL</b>	<b>413.685</b>	<b>413.613</b>	<b>423.289</b>

COSTE DE LAS VENTAS Y MARGEN BRUTO	2016	2017	2018
Margen bruto	53,1%	56,1%	<b>58,59%</b>

## Otra información de interés | RESULTADOS ECONÓMICOS

## 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 inicio del ejercicio 2018	22.233	139.778	508.362	(33.166)	(16.865)	620.342
Distribución ejercicio 2017	0	0	(33.166)	33.166	0	0
Resultado ejercicio 2018	0	0	0	(35.674)	0	(35.674)
Dividendos	0	0	0	0	0	0
Otro resultado global del ejercicio	0	0	(16.955)	0	26.971	10.016
Variación por cambios en perímetro de consolidación	0	0	(289)	0	0	(289)
Otras variaciones del patrimonio neto	0	0	0	0	0	0
<b>SALDO AL CIERRE DEL EJERCICIO 2018</b>	<b>22.233</b>	<b>139.778</b>	<b>457.952</b>	<b>(35.674)</b>	<b>10.106</b>	<b>594.395</b>

103

PROVEEDORES DE CAPITAL	2016	2017	2018
Deudas con entidades financieras a corto plazo	(147.905)	(128.125)	<b>(71.996)</b>
Deudas con entidades financieras a largo plazo	(789.275)	(655.683)	<b>(397.000)</b>
<b>TOTAL DEUDA</b>	<b>(937.180)</b>	<b>(783.808)</b>	<b>(468.996)</b>
Tesorería e inversiones financieras a corto plazo	351.540	368.714	<b>154.647</b>
<b>TOTAL DEUDA NETA</b>	<b>(585.640)</b>	<b>(415.094)</b>	<b>(314.349)</b>
<b>TOTAL BALANCE</b>	<b>2.214.760</b>	<b>2.032.287</b>	<b>1.811.699</b>
<b>DEUDA NETA / BALANCE (%)</b>	<b>(26,44%)</b>	<b>(20,42%)</b>	<b>(17,35%)</b>

## IMPUESTOS DE BENEFICIOS

ÁREA GEOGRÁFICA	2016	2017	2018
España	(31.897)	(11.147)	<b>9.688</b>
Unión Europea	(1.241)	(386)	<b>(3.070)</b>
Resto mundo	617	617	<b>816</b>
<b>TOTAL</b>	<b>(32.521)</b>	<b>(10.916)</b>	<b>7.434</b>

## Otra información de interés | RESULTADOS ECONÓMICOS

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	99,95
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
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

SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	ACTIVIDAD	PAÍS	%
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 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

Otra información de interés | RESULTADOS ECONÓMICOS

# 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, puede hacerse a través del siguiente correo:



[lg\\_rsc@mango.com](mailto:lg_rsc@mango.com)



**DIRECCIÓN DE 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



# 05 Índices



## Índices | ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	COMENTARIOS	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
<b>1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>						
102-1	Nombre de la organización	1.1 Acerca de MANGO: El grupo	7		✓	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	1.1 Acerca de MANGO: El grupo	7		✓	
102-3	Ubicación de la sede	1.1 Acerca de MANGO: El grupo	8		✓	
102-4	Ubicación de las operaciones	1.1 Acerca de MANGO: El grupo	8		✓	
102-5	Propiedad y forma jurídica	1.1 Acerca de MANGO: El grupo	7		✓	
102-6	Mercados servidos	3.6 Tiendas e Instalaciones	73		✓	Principio 6
102-7	Tamaño de la organización	Datos relevantes 3.3 Personas 4.1 Resultados económicos	5, 29, 101-104		✓	
102-8	Información sobre empleados	3.3 Personas	29,30,31		✓	
102-9	Cadena de Suministro	1.1 Acerca de MANGO: El grupo	5, 7		✓	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	1.1 Acerca de MANGO: El grupo 2. Acerca de la memoria 3.1 Grupos de interés i matriz de materialidad	7-12, 11-20		✓	
102-11	Principio o enfoque de precaución	3.0 Modelo de Sostenibilidad	18		✓	
102-12	Iniciativas externas	3.0 Modelo de Sostenibilidad 3.5 Cadena de Suministro 3.7 Clientes y Sociedad: Sociedad	19, 61, 64, 91-99		✓	
102-13	Afiliación a asociaciones	3.0 Modelo de Sostenibilidad 3.5 Cadena de Suministro 3.7 Clientes y Sociedad: Sociedad	19, 61, 64, 91-99		✓	
<b>2. ESTRATEGIA</b>						
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Carta del director general	3		✓	
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	3.1 Grupos de interés y matriz de materialidad	20-26		✓	
<b>3. ÉTICA E INTEGRIDAD</b>						
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	3.0 Modelo de Sostenibilidad	11		✓	Principio 10

## Índices | ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	COMENTARIOS	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
<b>4. GOBERNANZA</b>						
102-18	Estructura de gobernanza	3.2 Buen gobierno	8, 27		✓	
<b>5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>						
102-40	Lista de grupos de interés	3.1 Grupos de interés y matriz de materialidad	20-21		✓	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	3.3 Personas	28		✓	Principio 3
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	3.1 Grupos de interés y matriz de materialidad	22		✓	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	3.1 Grupos de interés y matriz de materialidad	23		✓	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	3.1 Grupos de interés y matriz de materialidad	26		✓	
<b>6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES</b>						
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	4.1 Resultados económicos	104		✓	
102-46	Definición de los contenidos del informe y las coberturas del tema	3.1 Grupos de interés y matriz de materialidad	23-24		✓	
102-47	Lista de temas materiales	3.1 Grupos de interés y matriz de materialidad	25		✓	
102-48	Reexpresión de la información	2. Acerca de la memoria	14		✓	
102-49	Cambios en la elaboración del informe	3.1 Grupos de interés y matriz de materialidad	22		✓	
102-50	Periodo objeto de informe	2. Acerca de la memoria	14		✓	
102-51	Fecha del último informe	2. Acerca de la memoria	14		✓	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	2. Acerca de la memoria	14		✓	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	4.2 Datos de contacto	105		✓	
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	2. Acerca de la memoria	3, 14		✓	
102-55	Índice de contenidos GRI	5.1 Índice de contenidos estándares GRI	106-XXX		✓	
102-56	Verificación externa	2. Acerca de la memoria	15		✓	

Índices | **ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS**

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	COMENTARIOS	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
<b>7. TEMAS MATERIALES</b>						
		<b>TEMA MATERIAL</b>	<b>¿DÓNDE SE PRODUCE EL IMPACTO?</b>	<b>IMPLICACIÓN DE MANGO EN EL IMPACTO</b>		
		<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			✓	
		Desempeño económico	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta		
		<b>DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>			✓	
		Emisiones	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta		
		Efluentes y residuos	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta		
		Cumplimiento ambiental	Dentro de la organización	Directa		
		Productos químicos	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta		
		<b>DESEMPEÑO SOCIAL</b>			✓	
		Empleo	Dentro de la organización	Directa		
		Salud y seguridad en el trabajo	Dentro de la organización	Directa		
		Formación y enseñanza	Dentro de la organización	Directa		
		Diversidad e igualdad de oportunidades	Dentro de la organización	Directa		
		No discriminación	Fuera de la organización	Directa		
		Trabajo infantil	Fuera de la organización	Directa e indirecta		
		Trabajo forzoso u obligatorio	Fuera de la organización	Directa e indirecta		
		Evaluación de los derechos humanos	Fuera de la organización	Directa		
		Evaluación social de los proveedores	Fuera de la organización	Directa		
		Salarios y horarios	Fuera de la organización	Directa e indirecta		
		Anticorrupción	Dentro y fuera de la organización	Directa		
		Competencia desleal	Fuera de la organización	Directa		
		Acción social y cátedra RSC	Fuera de la organización	Directa		
		Código de conducta	Dentro y fuera de la organización	Directa		
		Proceso de auditoría	Dentro y fuera de la organización	Directa		
		Detección de incumplimientos	Dentro y fuera de la organización	Directa		
		Planes de acción correctivos	Dentro y fuera de la organización	Directa		
		Salud y seguridad de los clientes	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta		
		Marketing y etiquetado	Dentro y fuera de la organización	Directa		
		Privacidad del cliente	Dentro y fuera de la organización	Directa		
		Cumplimiento socioeconómico	Dentro de la organización	Directa e indirecta		
103-1 b)	Cobertura del tema material y su impacto e implicación					
103-1 c)	Limitación relativa a la cobertura del tema					No ha habido limitaciones relativas a la cobertura de los temas materiales

## Índices | ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	COMENTARIOS	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>						
Desempeño económico					✓	
103-1a	Explicación del tema material	4.1 Resultados económicos	101			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.1 Resultados económicos	101			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.1 Resultados económicos	101			
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	4.1 Resultados económicos	101			
<b>DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>						
Emisiones					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.6 Tiendas e Instalaciones	79-80			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.6 Tiendas e Instalaciones	79-80			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.6 Tiendas e Instalaciones	79-80			
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	3.6 Tiendas e Instalaciones	79			Principio 7 y 8
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	3.6 Tiendas e Instalaciones	79			Principio 7 y 8
305-3	Emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	3.6 Tiendas e Instalaciones	79			Principio 7 y 8
Efluentes y residuos					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.6 Tiendas e Instalaciones	81			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.6 Tiendas e Instalaciones	81			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.6 Tiendas e Instalaciones	81			
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	3.6 Tiendas e Instalaciones	82			Principio 8
Cumplimiento ambiental					✓	
103-1a	Explicación del tema material	Índice		El cumplimiento normativo en materia ambiental es necesario para garantizar la ausencia de impactos negativos en relación con la sostenibilidad. Además, el incumplimiento de las leyes puede suponer sanciones económicas y administrativas, así como un riesgo reputacional.		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.4 Producto				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.4 Producto 3.6 Tiendas e Instalaciones				
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Índice		A la fecha de este informe MANGO no ha sido multado ni sancionado por incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.		Principio 8
Productos químicos					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.4 Producto	53-56			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.4 Producto	53-56			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.4 Producto	53-56			
Indicador propio	Sustancias químicas analizadas sobre el producto	3.4 Producto	54, 56			

Índices | **ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS**

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	COMENTARIOS	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
<b>DESEMPEÑO SOCIAL Y LABORAL</b>						
<b>Empleo</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.3 Personas	28, 35, 37			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.3 Personas	28, 35, 37			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.3 Personas	28, 35, 37			
401-3	Permiso parental	3.3 Personas	36			Principio 6
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.3 Personas	40-41			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.3 Personas	40-41			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.3 Personas	40-41			
403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	índice		Ninguno de los empleados de la compañía realiza una actividad que suponga riesgo de una enfermedad grave.		
<b>Formación y enseñanza</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.3 Personas	42-43			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.3 Personas	42-43			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.3 Personas	42-43			
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	3.3 Personas	42-43			
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	1.1 El Grupo / 3.3 Personas	31-35			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	1.1 El Grupo / 3.3 Personas	31-35			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	1.1 El Grupo / 3.3 Personas	31-35			
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	3.3 Personas	31-35			Principio 6
<b>No discriminación</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	1.1 El Grupo / 3.3 Personas / 3.5 Cadena de Suministro	11, 35, 37, 62			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	1.1 El Grupo / 3.3 Personas / 3.5 Cadena de Suministro	11, 35, 37, 62			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	1.1 El Grupo / 3.3 Personas / 3.5 Cadena de Suministro	11, 35, 37, 62			
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	1.1 El Grupo / 3.3 Personas / 3.5 Cadena de Suministro		No se han registrado casos de discriminación durante el periodo cubierto por la memoria.		

## Índices | ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	COMENTARIOS	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
<b>DESEMPEÑO SOCIAL Y LABORAL</b>						
<b>Trabajo infantil</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
408-1	Operaciones y proveedores con riesgos significativo de casos de trabajo infantil	3.5 Cadena de Suministro		No se han registrado casos de trabajo infantil durante el periodo cubierto por la memoria		Principio 5
<b>Trabajo forzoso u obligatorio</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
409-1	Operaciones y proveedores con riesgos significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	3.5 Cadena de Suministro		No se han registrado casos de trabajo forzoso durante el periodo cubierto por la memoria. Siguiendo el protocolo de auditoria se auditan todos los centros de producción para detectar posibles incumplimientos en este ambito		Principio 4
<b>Evaluación de derechos humanos</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
412-1	Fábricas sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	3.5 Cadena de Suministro	66			Principio 1 y 2
<b>Evaluación social de los proveedores</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.5 Cadena de Suministro	59-71			
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo wcon los criterios sociales	3.5 Cadena de Suministro	59, 61			Principio 2
<b>Salarios y horarios</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.3 Personas / 3.5 Cadena de Suministro				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.3 Personas / 3.5 Cadena de Suministro				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.3 Personas / 3.5 Cadena de Suministro				

## Índices | ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	COMENTARIOS	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
<b>DESEMPEÑO SOCIAL Y LABORAL</b>						
<b>Anticorrupción</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.0 El modelo de sostenibilidad de MANGO	18			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.0 El modelo de sostenibilidad de MANGO	18			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.0 El modelo de sostenibilidad de MANGO	18			
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	3.0 El modelo de sostenibilidad de MANGO	18	En el periodo de referencia de esta memoria no se han dado casos de corrupción.		Principio 10
<b>Competencia desleal</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.0 El modelo de sostenibilidad de MANGO	16-20			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.0 El modelo de sostenibilidad de MANGO	16-20			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.0 El modelo de sostenibilidad de MANGO	16-20			
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal	3.0 El modelo de sostenibilidad de MANGO		En el periodo de referencia de esta memoria no se han dado casos contra la libre competencia o prácticas monopolísticas.		
<b>Acción Social y Cátedra RSC</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.7 Clientes y sociedad: Sociedad	91-99			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.7 Clientes y sociedad: Sociedad	91-99			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.7 Clientes y sociedad: Sociedad	91-99			
<b>Código de Conducta</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.5 Cadena de Suministro	61-63			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.5 Cadena de Suministro	61-63			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.5 Cadena de Suministro	61-63			
<b>Proceso de auditoría</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.5 Cadena de Suministro	64-67			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.5 Cadena de Suministro	64-67			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.5 Cadena de Suministro	64-67			
<b>Detección de incumplimientos</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.5 Cadena de Suministro	67			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.5 Cadena de Suministro	67			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.5 Cadena de Suministro	67			

Índices | **ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS**

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	COMENTARIOS	VERIFICACIÓN EXTERNA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
<b>DESEMPEÑO SOCIAL Y LABORAL</b>						
<b>Planes de acción correctivos</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.5 Cadena de Suministro	67			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.5 Cadena de Suministro	67			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.5 Cadena de Suministro	67			
<b>Salud y seguridad de los productos</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.4 Producto	53			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.4 Producto	53			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.4 Producto	53			
416-1	Evaluación de los impactos en salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	3.4 Producto	53			
<b>Marketing y etiquetado</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.4 Producto	58			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.4 Producto	58			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.4 Producto	58			
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos	3.4 Producto	58			
<b>Privacidad del cliente</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.7 Clientes y sociedad: Clientes	87			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.7 Clientes y sociedad: Clientes	87			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.7 Clientes y sociedad: Clientes	87			
418-1	Reclamaciones fundamentales relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	3.7 Clientes y sociedad: Clientes	87	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. En el período de referencia de esta memoria no se han recibido reclamaciones sobre la violación de la privacidad ni fuga de datos de los clientes.		
<b>Cumplimiento socioeconómico</b>					✓	
103-1a	Explicación del tema material	3.0 El modelo de sostenibilidad / 3.2 Buen gobierno 4.1 Resultados Económicos	11, 27, 101			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.0 El modelo de sostenibilidad / 3.2 Buen gobierno 4.1 Resultados Económicos	11, 27, 101			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.0 El modelo de sostenibilidad / 3.2 Buen gobierno 4.1 Resultados Económicos	11, 27, 101			
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	3.0 El modelo de sostenibilidad / 3.2 Buen gobierno 4.1 Resultados Económicos		En el periodo de referencia de esta memoria no se han dado casos de sanción por incumplimiento a la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.		

Índices | **ÍNDICE CONTENIDOS ODS****INDICE DE OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)****PÁGINA**

1		Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	91-97
2		Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible	91-97
3		Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades	40-41, 53-56, 91-97
4		Garantizar una educación inclusiva equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos	42-44
5		Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas	28-44
7		Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	80
8		Promover el crecimiento económico sostenido e inclusivo, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	101-104
12		Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	45-58
13		Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	79-80
17		Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	19, 65, 70-71, 82-83, 92-99

MANGO

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

**MANGO**  
**REPORTIA**