

# Memoria de Sostenibilidad

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

---

2019

**MANGO**

# Índice



	<b>CARTA DEL DIRECTOR GENERAL</b>	<b>04</b>
	<b>DATOS RELEVANTES 2019</b>	<b>06</b>
01	<b>ACERCA DE MANGO</b>	<b>07</b>
	1.1 EL GRUPO	08
	1.2 GOBIERNO CORPORATIVO	09
	1.3 EL CONCEPTO MANGO	10
	1.4 VALORES	12
02	<b>ACERCA DE LA MEMORIA</b>	<b>14</b>
03	<b>NUESTRA RSC Y MATERIALIDAD</b>	<b>18</b>
	3.1 NUESTRA RSC	19
	3.2 GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD	22
04	<b>EL MODELO DE SOSTENIBILIDAD</b>	<b>27</b>
	4.1 CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	28
	4.2 CUESTIONES SOCIALES Y PERSONAS	52
	4.3 DERECHOS HUMANOS Y CADENA DE SUMINISTRO	73
	4.4 BUEN GOBIERNO	88
	4.5 SOCIEDAD Y CLIENTES	89
	4.6 INFORMACIÓN FISCAL	110
05	<b>DATOS DE CONTACTO</b>	<b>115</b>
06	<b>ÍNDICES</b>	<b>116</b>
	6.1 ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS	117
	6.2 ÍNDICE CONTENIDOS EINF	122
	6.3 ÍNDICE CONTENIDOS ODS	125







# Carta del Director General



Presentamos la Memoria de Sostenibilidad de 2019 de MANGO que por primera vez integra los asuntos materiales de los estándares de Global Reporting Initiative con el Estado de Información No Financiera en un solo informe que se incluye como Anexo a las Cuentas Anuales Consolidadas de la compañía.

El presente documento tiene el objetivo de comunicar a todos los grupos de interés cuál ha sido nuestra línea estratégica como marca para contribuir a la creación de valor social, medioambiental y económico y cuál es nuestra hoja de ruta a corto, medio y largo plazo para seguir avanzando en nuestro compromiso de ser una empresa más sostenible.

El pasado año ha sido un año relevante para nosotros. Uno de nuestros objetivos fundamentales era volver a resultados positivos y lo hemos conseguido, gracias al trabajo de nuestros equipos y a las iniciativas implantadas, y lo más importante: sin renunciar a la transformación en la que estamos inmersos.

La digitalización nos ha permitido ser más eficientes en los procesos internos (compras, facturación, distribución, etc), dotar a las tiendas de la infraestructura necesaria para llevar a

cabo la omnicanalidad (RFID, etc.), mejorar la oferta y servicio a nuestros franquiciados. Ha sido también un factor clave para conocer mejor a nuestro cliente, saber lo que quiere y mejorar su experiencia de compra. Con este objetivo nació MANGO likes you que ya está implantada en España, Francia y que se extenderá a otros países UE a lo largo de los dos próximos años.

La innovación ha sido siempre uno de los puntos fuertes de nuestra compañía. Hemos sido innovadores en muchas áreas y este afán por mejorar y por cambiar las reglas del juego, nos ha llevado a donde estamos hoy: somos una de las mayores compañías de moda del mundo con presencia en más de 110 países, con una red de 2.188 tiendas que supera los 802.000 m2 de superficie de venta y la tienda online que representa ya el 23% de la facturación total del grupo. Precisamente para asumir el crecimiento del e-commerce, nuestro Centro

## Carta del Director General

Logístico de Lliçà tendrá una ampliación de 90.000m2 que reforzará el área de expediciones. Además, en abril del pasado año, estrenamos las nuevas instalaciones del nuevo MANGO Innovation Centre, el 22@, para dar apoyo en el desarrollo de los proyectos de omnicanalidad.

Todo ello, han sido factores clave para nuestro crecimiento e imprescindibles para el éxito en el futuro. Pero la tecnología, aunque necesaria, sola no es suficiente. Sin compromiso y colaboración de todos no hay futuro posible, ni en nuestra industria ni en ninguna otra.

El mundo actual está en proceso de cambio hacia modelos de negocio más transparentes, sostenibles y responsables, y MANGO también. Por este motivo, el pasado octubre nos comprometimos con el Fashion Pact, por la sostenibilidad en la industria textil y de la moda. El pacto marca las acciones a realizar en los próximos años para alcanzar de forma colectiva los compromisos adquiridos en tres pilares fundamentales: la lucha contra el cambio climático, la conservación de la biodiversidad y la protección de los océanos.

Nuestro nuevo Plan de RSC 20/21 recoge ya acciones dirigidas a dar respuesta a estos compromisos. En lo que respecta al producto, hemos marcado objetivos de fibras sostenibles en nuestra colección y hemos aumentado el número de prendas etiquetadas bajo el nombre de Committed: en 2019, se produjeron 18 millones de prendas con características sostenibles, el doble con respecto al año anterior. Fomentar el uso de fibras y procesos sostenibles contribuye a reducir nuestro impacto y a fomentar la circularidad de nuestros productos.

Un ejemplo de ello es nuestro programa Second Chances. En 2019, se recuperaron en los más de 400 contenedores repartidos en tiendas de España y otros países de Europa, 32 toneladas de residuo textil, triplicando las del año anterior. La eliminación de plásticos, la reducción de nuestra huella de carbono en las operaciones logísticas y promover el consumo de energía verde son otras acciones planteadas en el nuevo plan a corto plazo.

Factores como el cambio climático y la nueva Ley de cambio climático, la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, así como los nuevos hábitos de consumo de un cliente mucho más sensibilizado, están marcando la tendencia para los próximos años que implica abandonar el modelo tradicional de los negocios.

Sabemos que la mejor manera de avanzar hacia un modelo más sostenible es de la mano de diferentes grupos de interés, manteniendo un diálogo continuo basado en la transparencia. En este sentido, nos hemos adherido a la Sustainable Apparel Coalition, iniciativa líder en nuestro sector, para fomentar las buenas prácticas en nuestra cadena y medir el impacto de nuestra colección. En el ámbito social, firmamos el Transition Accord para seguir con la labor que venía realizando hasta el momento el Bangladés Accord y seguimos trabajando bajo el acuerdo bilateral con CC.OO. de Industria en la mejora de las condiciones de las fábricas de nuestra cadena de suministro.

Quiero destacar nuestra implicación en proyectos sociales de desarrollo y cooperación que llevamos realizando con diversas organizaciones

no gubernamentales desde hace años, contribuyendo así a generar un impacto positivo en la sociedad; así como nuestra contribución al desarrollo de la responsabilidad empresarial dentro del mundo académico a través de nuestra Cátedra de RSC.

Todas estas alianzas están encaminadas a cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con la Agenda 2030 de Naciones Unidas y a reafirmar nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Diez Principios, como miembros del Comité Ejecutivo de la Red Española.

Los objetivos marcados en el nuevo Plan de RSC son el resultado de una voluntad firme de continuar con la transformación sostenible de MANGO como pilar estratégico de la compañía y en ella estamos implicados todos los que formamos parte de la empresa: casi quince mil personas que trabajamos en MANGO. Quiero dar las gracias a todos porque gracias al esfuerzo, la constancia y el talento hemos logrado grandes triunfos en 2019. Estoy seguro de que nos espera un apasionante 2020 con grandes retos y también grandes oportunidades de demostrar que queremos hacer bien las cosas. Cuento con todos vosotros para conseguirlo.

Toni Ruiz  
Director General

# Datos Relevantes 2019

CLIENTES	ECONOMÍA	PROVEEDORES	COLABORADORES	MERCADO	MEDIO AMBIENTE
<div>■</div> <div>81</div> <div>países CON TIENDA ONLINE</div>	<div>●</div> <div>75%</div> <div>venta EN MERCADOS EXTERIORES</div>	<div>⬡</div> <div>1.106</div> <div>fábricas UTILIZADAS</div>	<div>◼</div> <div>80%</div> <div>mujeres EN PLANTILLA</div>	<div>○</div> <div>112</div> <div>países EN LOS QUE ESTÁ PRESENTE</div>	<div>⬢</div> <div>+ 400</div> <div>tiendas con contenedores DE RECICLAJE TEXTIL</div>
<div>+18</div> <div>millones de prendas committed</div>	<div>2.374</div> <div>millones de € DE FACTURACIÓN</div>	<div>+158</div> <div>millones de unidades FABRICADAS</div>	<div>14.892</div> <div>personas EN PLANTILLA</div>	<div>2.188</div> <div>puntos de venta</div>	<div>+30%</div> <div>Jeans Woman Committed</div>
<div>+ 6.400</div> <div>modelos diseñados POR TEMPORADA</div>	<div>23%</div> <div>facturación en venta online</div>	<div>529</div> <div>proveedores DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS</div>	<div>30,5</div> <div>años de media de edad DE LA PLANTILLA</div>	<div>+802.000</div> <div>m<sup>2</sup> SUPERFÍCIE DE VENTA</div>	<div>100%</div> <div>bolsas comerciales de papel</div>



01

# Acerca de MANGO



EL GRUPO | 08  
GOBIERNO CORPORATIVO | 09  
EL CONCEPTO MANGO | 10  
VALORES | 12



# 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 2019, el volumen de negocio ascendió a 2.374 millones de euros, de los cuales el 75% corresponde a venta en mercados exteriores. A 31 de diciembre de 2019, MANGO estaba presente en 112 países a través de 2.188 puntos de venta, de los cuales 855 eran propios y 1.333 franquiciados, con una superficie total de venta de 802.932 m². Contamos con 14.892 colaboradores en todo el mundo.

MANGO es el grupo textil español más internacional y el segundo exportador del sector, creando 12.806 modelos por año y produciendo 158.326.643 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 Vallès, 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.



MANGO

MANGO OUTLET

MANGO.COM

MNG

MANGO  
MANMANGO  
KIDSMANGO  
BABYvioleta  
BY MANGO



# 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 LLUIS**  
CFO

**ELENA CARASSO BATLLE**  
Directora de Online y Cliente

**LUIS CASACUBERTA BAUSILI**  
Director de Woman & Kids  
  
Mujer, Kids, Compras, Sourcing, Desarrollo Hangar

**DAVID GUTIÉRREZ**  
Director Global RR.HH.

**JORDI ALEX MORENO SANCHÍS**  
CITO

**ANTONIO PASCUAL BARROSO**  
Director Supply Chain

**CÉSAR DE VICENTE SANDOVAL**  
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 BENITO**  
Expansión firmes

**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 CEBRIÁN**  
Kids

**ALEJANDRA MUR DOMENECH**  
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 SOUTO**  
Violeta

**ENRIC SOLER MORATA**  
Personas



# El concepto MANGO

Desde 2019 la estrategia de negocio está enfocada al servicio 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.

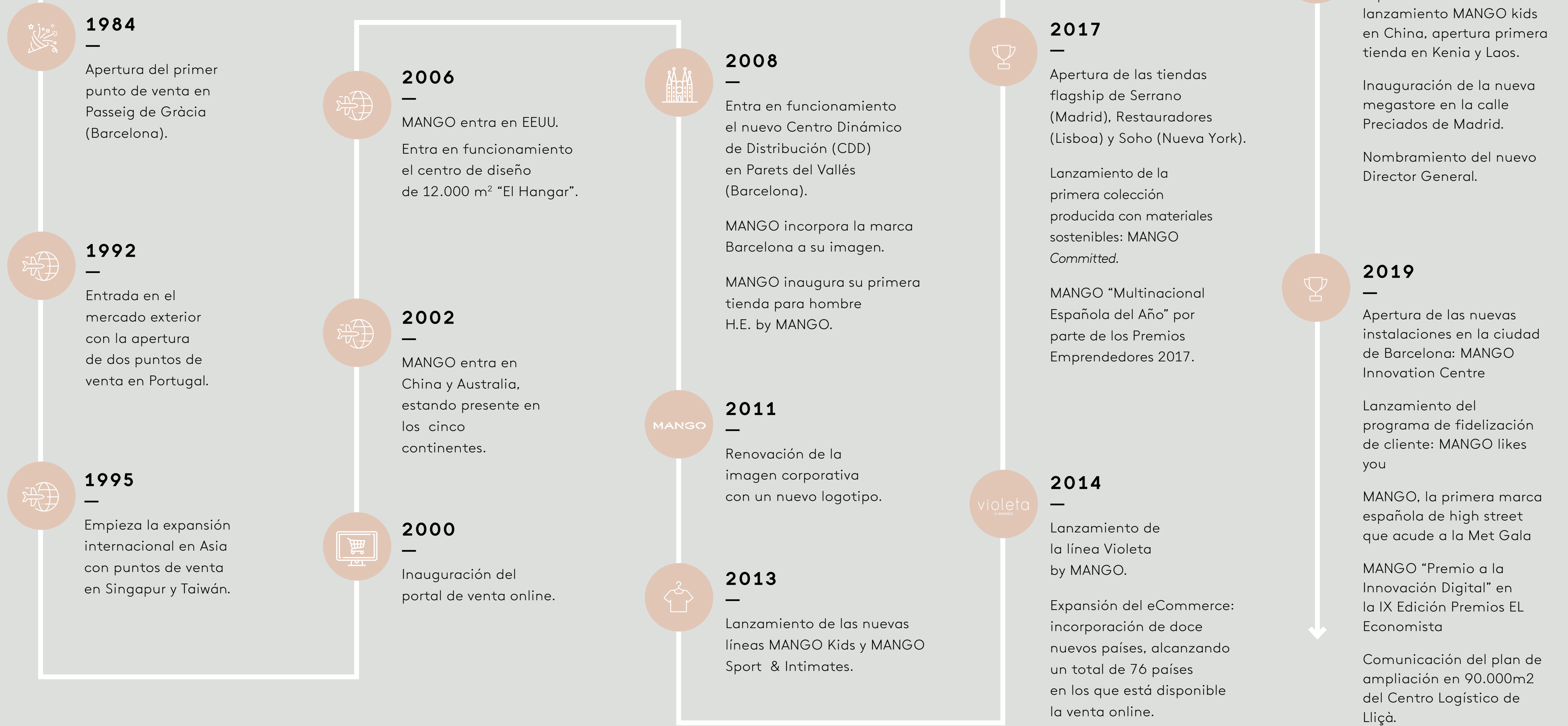
Apostando por el diseño del producto, trabajamos día a día para dar respuesta a las necesidades del consumidor. Optamos por un modelo de moda dinámico que permite que las tiendas tengan producto renovado y con las últimas tendencias.

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.





# Cronología y trayectoria histórica

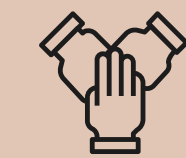


# Valores

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

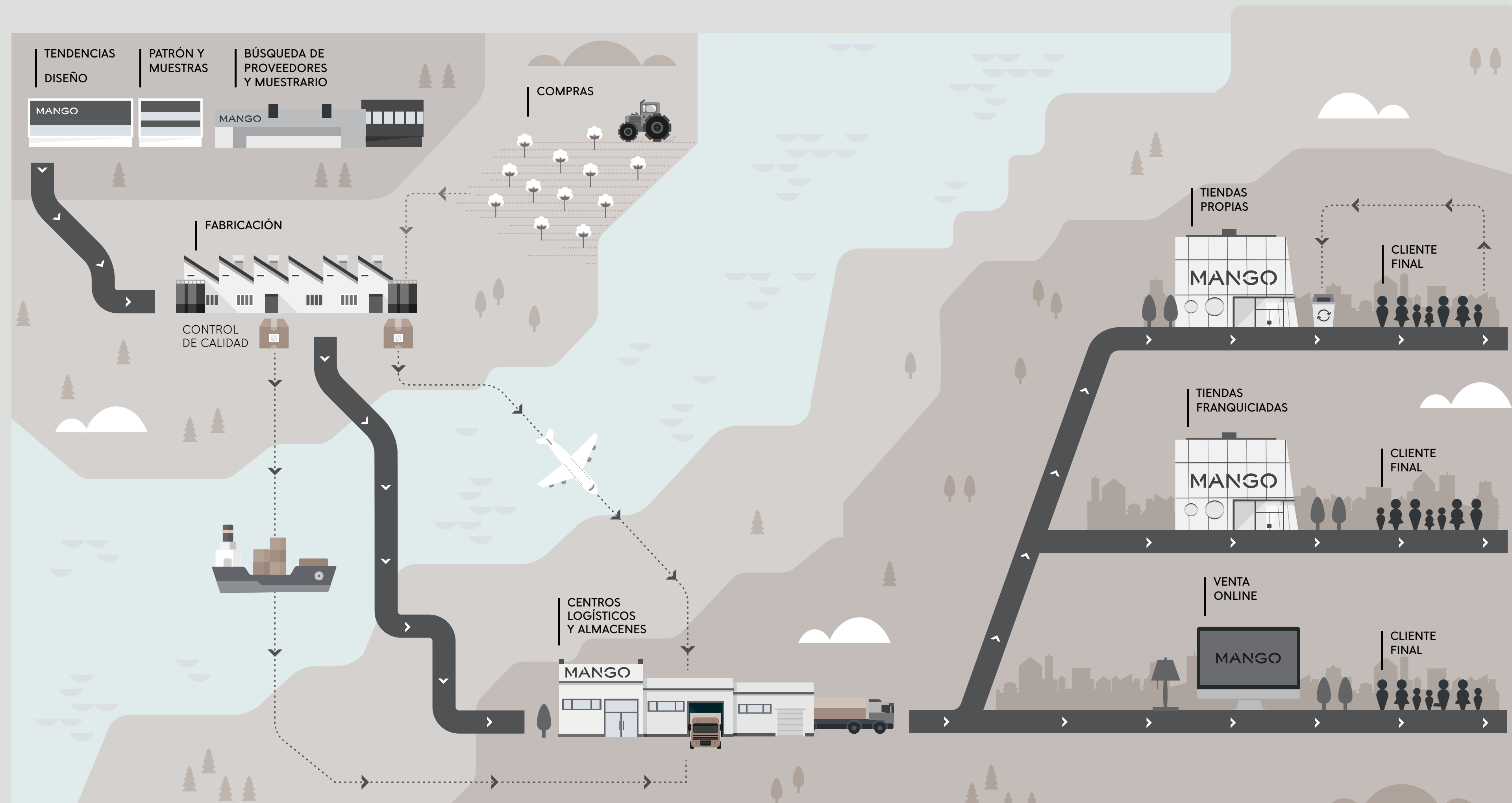
HUMILDE  
POSITIVO  
HONESTO  
RESPETUOSO

### PROFESIONALES

EFICAZ  
HAZLO FÁCIL  
EN EQUIPO  
PARA EL CLIENTE  
ORIENTADO  
AL NEGOCIO



## Nuestra cadena de valor





# 02

## Acerca de la memoria





## El periodo cubierto en la presente memoria comprende del 1 de enero al 30 de diciembre de 2019. La información corresponde al grupo consolidado MANGO formado por MANGO MNG HOLDING, S.A.U. y sociedades dependientes.

Al final del presente documento se incluye el detalle de todas las sociedades que conforman el perímetro de consolidación de la Memoria de Sostenibilidad 2019; así como algunas magnitudes a nivel consolidado para todo el grupo que requiere la Ley 11/2018 y que no aparecen en el apartado de Cuestiones Sociales y Personas de la presente memoria.

La presente memoria, es el resultado del trabajo conjunto de un gran número de profesionales de diversas áreas de la compañía y da respuesta a la nueva Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad. 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 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. Hemos tomado la estructura marcada en la Ley 11/2018 a lo largo de los diferentes capítulos que engloba todas nuestras políticas y acciones sostenibles y medioambientales, nuestro compromiso con las personas, las acciones para asegurar los derechos humanos en nuestra cadena de valor y luchar contra la corrupción y el soborno, datos fiscales, así como nuestro compromiso con la sociedad que marca nuestro camino hacia un desarrollo sostenible de nuestra actividad.

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 en un índice específico.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. ha sido la empresa externa seleccionada para llevar a cabo la verificación de la información contenida en la memoria preparada para dar respuesta a la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad y de conformidad con los GRI Standards, según la opción “Esencial”.

La fecha de publicación de la última memoria de sostenibilidad del grupo es agosto 2019.



Informe de verificación independiente

Al accionista único de Mango MNG Holding, S.A. (Sociedad Unipersonal):

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 30 de diciembre de 2019, de Mango MNG Holding, S.A. (Sociedad dominante) y sociedades dependientes (en adelante Mango o el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión del Grupo.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en las tablas “Índice contenidos EINF” e “Índice contenidos GRI Standards” incluidas en el EINF adjunto.

Responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión de Mango, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de *Global Reporting Initiative* (estándares GRI) según la opción Esencial descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en las tablas “Índice contenidos EINF” e “Índice contenidos GRI Standards” del citado Estado.

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

Los administradores de la Sociedad dominante son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Avda. Diagonal, 640, 08017 Barcelona España  
Tel.: +34 932 532 700 / +34 902 021 111, Fax: +34 934 059 032, [www.pwc.es](http://www.pwc.es)



Nuestra independencia y control de calidad

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

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICCC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

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

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado que se refiere exclusivamente al ejercicio 2019. Los datos correspondientes a ejercicios anteriores no estaban sujetos a la verificación prevista en la normativa mercantil vigente. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

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

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

- Reuniones con el personal de Mango para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2019 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en el apartado "Grupos de interés y matriz de materialidad", considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2019.



- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2019.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2019 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los administradores y la Dirección de la Sociedad dominante.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de Mango correspondiente al ejercicio anual finalizado el 30 de diciembre de 2019 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI según la opción Esencial descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en las tablas "Índice contenidos EINF" e "Índice contenidos GRI Standards" del citado Estado.

Uso y distribución

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

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

  
Marga de Rosselló Carril

27 de febrero de 2020

Col·legi  
de Censors Jurats  
de Comptes  
de Catalunya

PricewaterhouseCoopers  
Auditores, S.L.  
  
2020 Núm. 20/20/00640  
IMPORT COL·LEGIAL: 30,00 EUR  
Informe sobre treballs diferents  
a l'auditoria de comptes





# 03

## Nuestra RSC y materialidad



NUESTRA RSC | 19  
GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD | 22



# Nuestra RSC

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 colaboradores 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.

En 2019 fue aprobado el nuevo Plan de RSC 2021 que marca fundamentalmente la hoja de ruta en relación a la sostenibilidad de la compañía y a nuestro compromiso con la cadena de suministro. En este nuevo plan se marcan proyectos y objetivos ambiciosos en línea con la adhesión al Fashion Pact para así poder ir avanzando en los objetivos comunes marcados para mejorar el impacto del sector textil. Nuestro modelo de sostenibilidad sigue marcado además por 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 2019 hemos llevado a cabo formación interna sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

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.

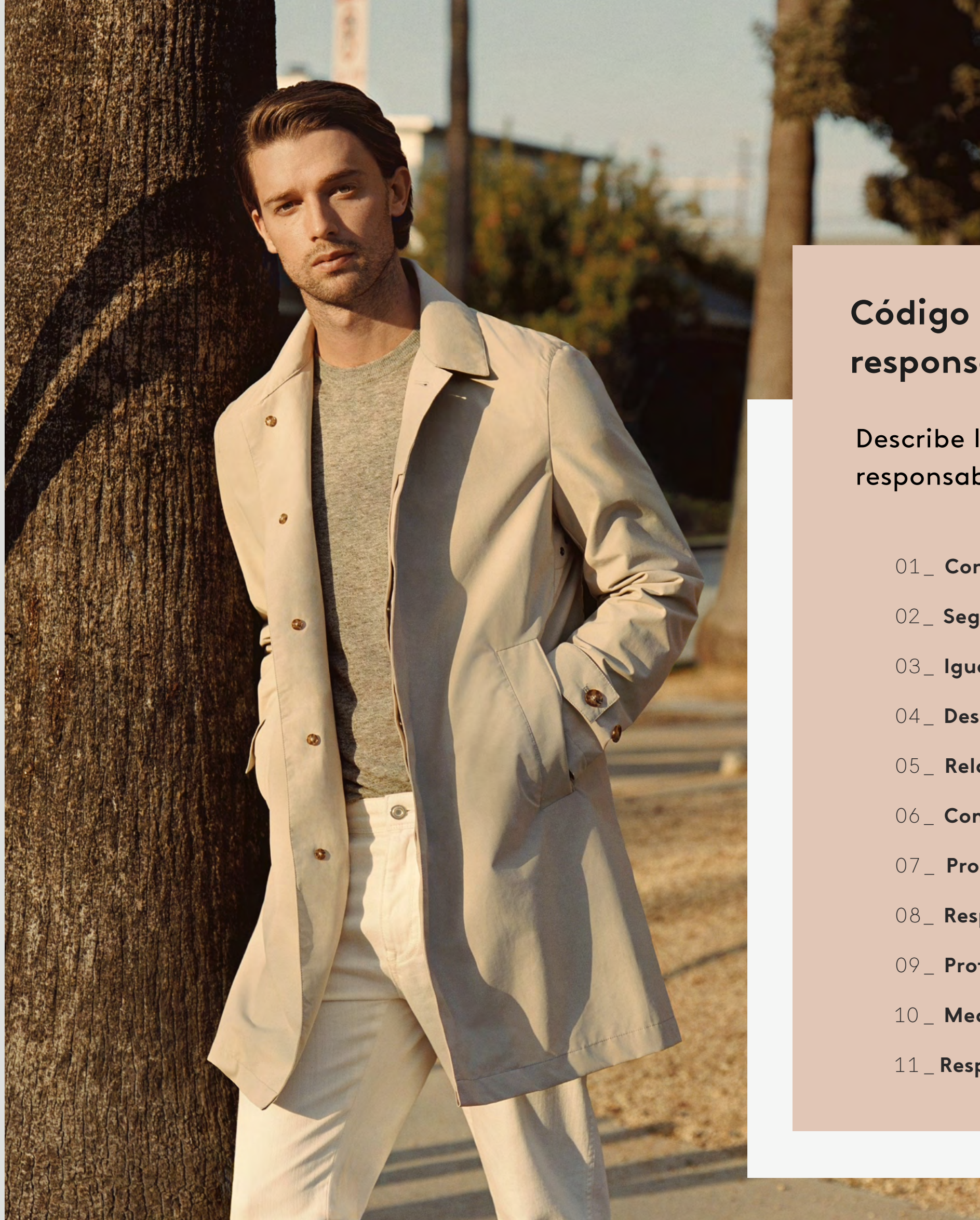
Garantizar un comportamiento ético y responsable dentro de la organización es un aspecto integral de MANGO. Con este objetivo, los distintos órganos de dirección evalúan de forma permanente los riesgos derivados de los diferentes

aspectos de sostenibilidad con impacto en la actividad de MANGO tomando todas las medidas necesarias para su seguimiento y control, realizándolo de forma directa con diálogo permanente con el departamento de 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.

Todos nuestros compromisos así como los valores de MANGO quedan reflejados en el Código Ético y de Conductas Responsables 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. En este documento se recogen todos los recursos necesarios para actuar y tomar las decisiones correctas en cada momento, siguiendo los principios y valores que debemos tener presentes en nuestra actividad comercial.







## Código ético y de conductas responsables

Describe los principios de negocio responsable en cuanto a:

- 01\_ Condiciones laborales
- 02\_ Seguridad y salud
- 03\_ Igualdad de oportunidades
- 04\_ Desarrollo profesional
- 05\_ Relación con terceros
- 06\_ Competencia leal
- 07\_ Propiedad intelectual e industrial
- 08\_ Respeto por las políticas y normativas legales
- 09\_ Protección de datos y privacidad
- 10\_ Medioambiente y sostenibilidad
- 11\_ Responsabilidad financiera y fiscal

La transparencia constituye la base de nuestras acciones y de nuestras relaciones profesionales. Todos los colaboradores del grupo MANGO están comprometidos a mantener y demostrar una conducta ética, transparente e íntegra. Por este motivo, ante cualquier situación que conlleve un comportamiento no ético o disconforme con el mencionado Código, existe un canal de comunicación para la correcta gestión de las posibles denuncias, dudas o comentarios que puedan surgir.

El Código Ético y de Conductas Responsables está disponible en la web corporativa de la empresa.

En 2019 se recibieron 5 consultas en relación con políticas internas y de desarrollo profesional. Todas ellas fueron gestionadas con la colaboración de los departamentos correspondientes.



## Alianzas



**2019**

Adhesión al Transition Accord de Bangladés.

Adhesión al Fashion Pact.

Nuevo plan estratégico de RSC 2021



**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.



**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)



**2015**

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



**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.



**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/)



**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.



**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.



**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.esci.es](http://www.mango.esci.es)



**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).



**2005**

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



**2002**

Creación del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa.

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

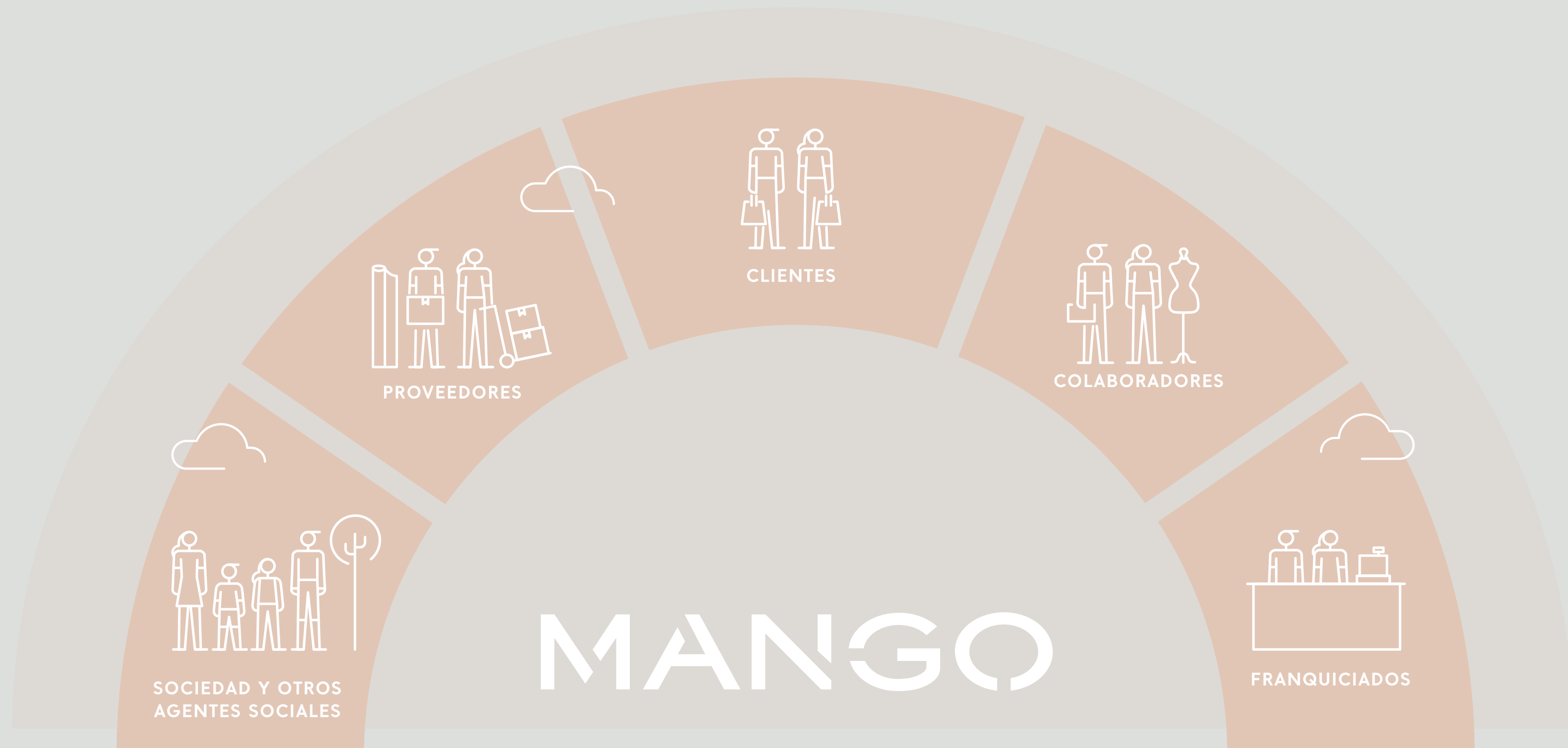
Inicio de las auditorías internas y externas de verificación del cumplimiento del Código de Conducta para proveedores.

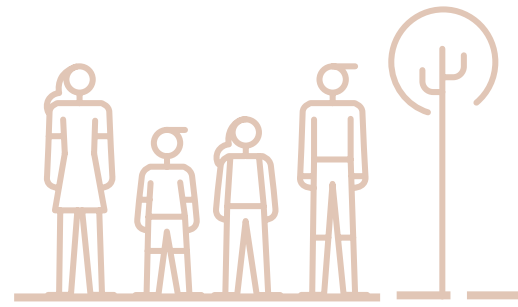


**2001**

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

# Grupos de interés y matriz de materialidad





## 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.



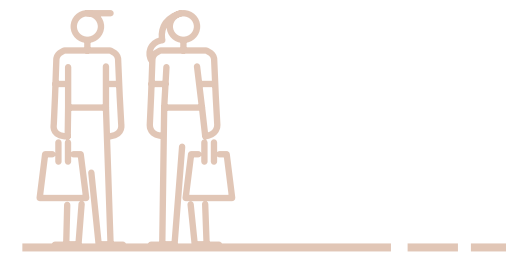
## PROVEEDORES

**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.

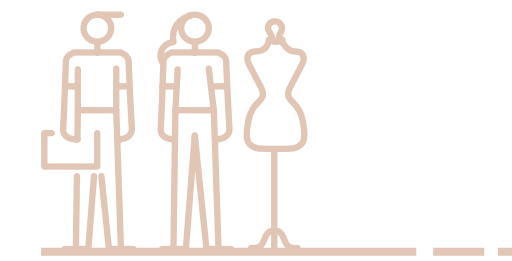


## CLIENTES

**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.



## COLABORADORES

**Los colaboradores 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.



## 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.





Para elaborar un informe de sostenibilidad según los Estándares GRI es necesario aplicar el principio de materialidad y el principio de inclusión de los grupos de interés. El principio de materialidad establece que el informe debe tratar temas que reflejen los impactos significativos económicos, ambientales y sociales de la organización, y que influyan sustancialmente en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés. Es decir, el principio de materialidad determina cuáles son los temas y sus respectivos indicadores que debe incluir el informe y en los cuales se debería focalizar la empresa para su gestión e información. El principio de inclusión de los grupos de interés establece que la organización informante debe identificar sus grupos de interés y explicar cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses. El análisis de materialidad permite cumplir ambos principios.

El presente informe presenta los resultados obtenidos del análisis de materialidad.

La metodología y las acciones desarrolladas están alineadas con los Estándares GRI y las normas AA1000 APS 2008 y AA1000SES 2015.

## Encuesta online a los grupos de interés

24

La encuesta online ha sido enviada a los siguientes grupos de interés: colaboradores/as, clientes, proveedores y empresas subcontratadas y equipo directivo.

Para los grupos de interés de franquiciados y otros agentes sociales se ha partido de los resultados obtenidos en la materialidad anterior,

Para el análisis estadístico se han ponderado las respuestas según grupo de interés para dar una visión de conjunto más coherente y acorde con la realidad de MANGO, de modo que el peso de cada grupo es directamente proporcional al grado de importancia de este para la organización. Cada grupo de interés ha sido puntuado y en función de esta puntuación se ha calculado el porcentaje de ponderación a aplicar.

El grado de importancia de cada grupo de interés viene determinado por la influencia que el grupo ejerce en el desempeño económico, social y ambiental de MANGO, y el nivel en el que el grupo se ve afectado por el desempeño económico, social y ambiental de la organización.



## IDENTIFICACIÓN

1

En esta fase se han identificado los temas económicos, sociales, ambientales, éticos y de gobierno corporativo potencialmente relevantes vinculados a los impactos positivos y negativos de la cadena de valor de MANGO desde la perspectiva de la sostenibilidad.

Las herramientas y fuentes de información internas y externas utilizadas para la identificación de los aspectos son:

### FUENTES DE INFORMACIÓN EXTERNAS

- Estándares GRI del Global Reporting Initiative.
- Sustainability Topics for Sectors: What do stakeholders want to know? del Global Reporting Initiative.
- Sustainability - what matters? de Governance & Accountability Institute, INC.
- Sustainability Accounting Standards Board. Materiality Map.
- Robeco Sam: The Sustainability Yearbook 2019.
- Estudio de benchmarking de otras empresas del sector.

### FUENTES DE INFORMACIÓN INTERNAS

- Resultados de anteriores análisis de materialidad.

## PRIORIZACIÓN

2

En esta fase se han seleccionado los temas materiales para ser incluidos en el informe de sostenibilidad. Se han priorizado a dos niveles los temas potencialmente relevantes identificados en la anterior fase:

› **PERSPECTIVA INTERNA** (personas que tienen poder en la toma de decisiones de MANGO): importancia de los impactos económicos, ambientales y sociales.

› **PERSPECTIVA EXTERNA** (grupos de interés): influencia en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

Para hacer efectiva la participación de los grupos de interés se ha realizado una encuesta que tiene por objetivo conocer el grado de prioridad que los distintos colectivos otorgan a los temas identificados como potencialmente relevantes para la organización.

## VALIDACIÓN

3

En esta fase se han evaluado todos los temas materiales identificados previamente de acuerdo con el principio de exhaustividad:

Para asegurar que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada el desempeño de MANGO en materia de sostenibilidad, tanto de sus impactos positivos como negativos, se han analizado en detalle los resultados obtenidos y se han considerado materiales según la matriz en la siguiente página.

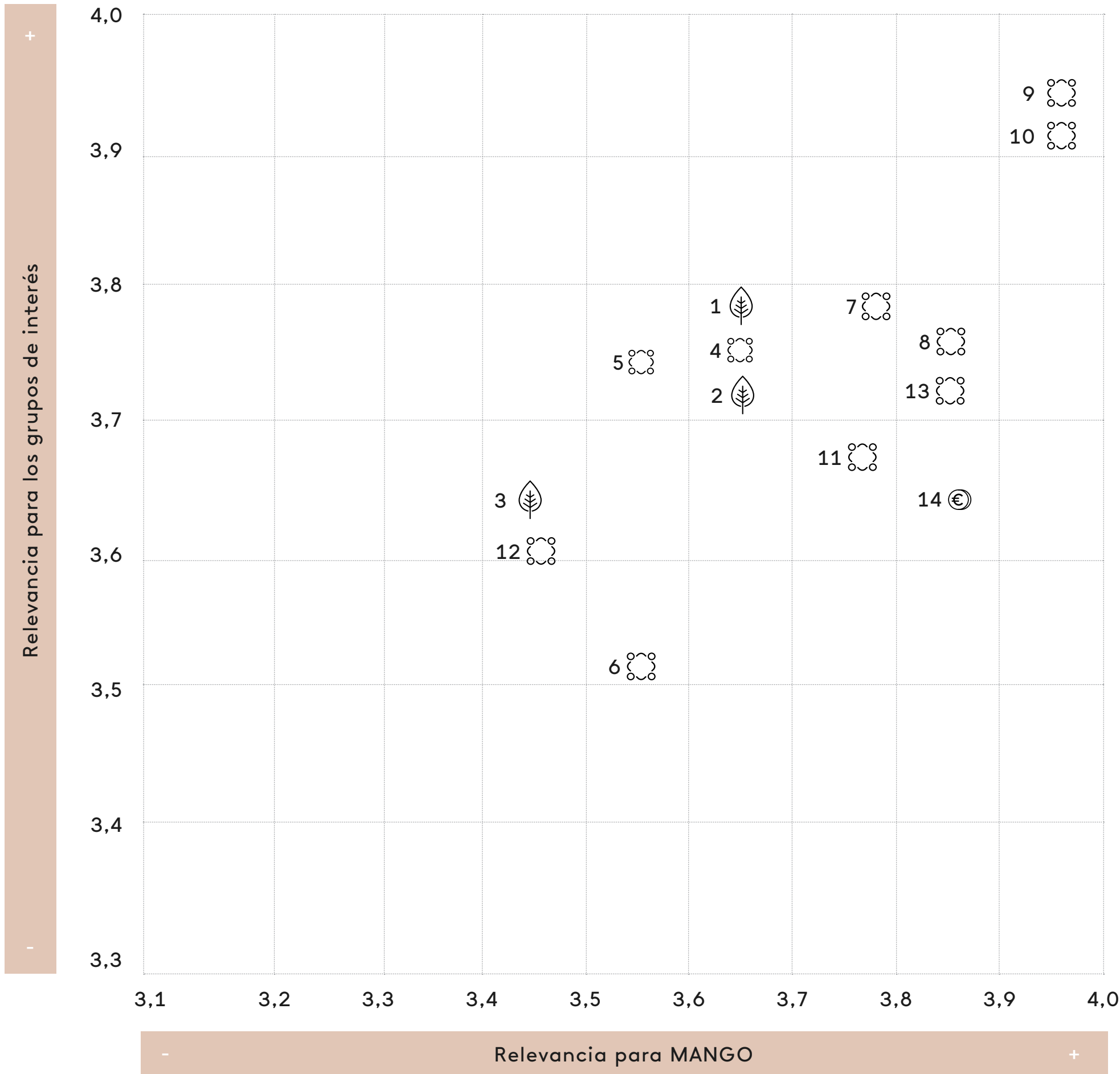
Reducción y uso razonable de los productos químicos” está incluido dentro del tema de “Salud y seguridad de los clientes”, que es un tema material para la compañía.

En el tema material “Emisiones” se reportará también la información cuantitativa relativa a consumos energéticos, dando respuesta además al contenido que requiere la Ley.

Más allá de los temas materiales, se dará información cualitativa sobre la Huella hídrica de los productos, sobre Bienestar animal y sobre Comunidades locales (Acción Social y Cátedra RSC)

Con relación al desempeño económico, se reportarán las magnitudes económicas para dar respuesta al indicador GRI 102-7 sobre tamaño de la organización, pero no los indicadores GRI específicos en este ámbito.

Matriz de materialidad



DESEMPEÑO AMBIENTAL		MANGO	GRUPOS DE INTERÉS¹
🌿 1	Emisiones	3,64	3,77
🌿 2	Cumplimiento ambiental	3,64	3,70
🌿 3	Materiales	3,43	3,63

DESEMPEÑO SOCIAL Y LABORAL		MANGO	GRUPOS DE INTERÉS¹
♻️ 4	Empleo/Ocupación	3,64	3,72
♻️ 5	Salud y seguridad en el trabajo	3,50	3,74
♻️ 6	Formación y enseñanza	3,57	3,50
♻️ 7	Diversidad e igualdad de oportunidades	3,79	3,79
♻️ 8	No discriminación	3,86	3,78
♻️ 9	Trabajo infantil	3,93	3,92
♻️ 10	Trabajo forzoso u obligatorio	3,93	3,92
♻️ 11	Evaluación de los derechos humanos	3,79	3,67
♻️ 12	Evaluación social de los proveedores	3,43	3,60
♻️ 13	Salud y seguridad de los clientes	3,86	3,74

TEMAS ECONÓMICOS Y DE BUEN GOBIERNO		MANGO	GRUPOS DE INTERÉS¹
🇪🇺 14	Anticorrupción	3,86	3,62

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



# 04

## El modelo de sostenibilidad



CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	28
CUESTIONES SOCIALES Y PERSONAS	52
DERECHOS HUMANOS Y CADENA DE SUMINISTRO	73
BUEN GOBIERNO	88
SOCIEDAD	89
INFORMACIÓN FISCAL	110



# Cuestiones medioambientales

El mundo actual está en proceso de cambio hacia modelos de negocio más transparentes, sostenibles y responsables, y MANGO también. Esta transición la tomamos como una oportunidad para adaptarnos hacia un modelo de negocio más sostenible y afianzar nuestro compromiso con el medio ambiente.

MANGO es consciente de los riesgos climáticos vinculados a su negocio y producto y trabaja para incorporar estos aspectos en los proyectos y estrategia de sostenibilidad de la empresa. MANGO reconoce la importancia de tener en cuenta estos riesgos tanto a corto, medio y largo plazo en todos los países donde tiene actividad. MANGO cuenta con un equipo de 8 personas que trabajan para el seguimiento y evaluación de los objetivos de sostenibilidad de la empresa y la implantación de los proyectos correspondientes. A la vez este equipo se encarga de identificar los riesgos ambientales y sociales asociados a la actividad de la empresa y la actuación para la gestión de los riesgos identificados.

## POLITICA DE SOSTENIBILIDAD

La política de sostenibilidad de MANGO establece una serie de compromisos que constituyen el marco de actuación en este ámbito de la organización. Esta Política es de obligado cumplimiento para todos los centros y personal de MANGO que consecuentemente se comprometen a regirse por sus principios y actuar siempre dentro de su marco. Próximamente esta política estará disponible en la web pública de la empresa.

Los compromisos de actuación ambiental y de sostenibilidad incluye los siguientes puntos:

- › **Cumplimiento** de legislación.
- › **Fomentar** proyectos de desarrollo sostenible en todos los ámbitos de actuación de la empresa (materiales, procesos de producción, ecoeficiencia en instalaciones, emisiones, etc.).
- › **Establecer** procedimientos de evaluación e indicadores de desempeño ambiental.
- › **Mantener** vías de comunicación y colaboración con todos los grupos de interés y comunicar de manera transparente, internamente y externamente, las prácticas y resultados de proyectos de sostenibilidad de la empresa.

# Nuevo Plan RSC de Sostenibilidad 2021

En 2019 MANGO revisó su plan estratégico de RSC y Sostenibilidad para actualizarlo al ritmo de la transición que vivimos y en el que la sostenibilidad pasa a formar parte de la estrategia de negocio.

Este plan está planteado a corto plazo, de 2020-2021, y marca las directrices a seguir para afianzar criterios de sostenibilidad de manera transversal en toda la empresa. Con los proyectos y acciones planteados en este plan MANGO pone a la práctica el principio de precaución tomando medidas concretas para controlar el impacto ambiental de su actividad.

El **Plan RSC de Sostenibilidad 2021** está dividido en 5 bloques, cada bloque consta de un objetivo general y un seguido de proyectos e iniciativas para avanzar hacia ese objetivo.

Dentro de este plan destacamos objetivos a 2025 y 2030 para aumentar el uso de fibras sostenibles en la colección MANGO y reducir el uso de fibras sintéticas, continuar la expansión de los contenedores SECOND CHANCES para la recogida de residuo textil en Europa, el planteamiento de un plan de acción para la reducción de las emisiones asociadas a la logística nacional y formalizar la colaboración entre departamentos con la creación de un Comité de Sostenibilidad que contribuya a la transición hacia un modelo de negocio más sostenible

BLOQUE

## 1 PRODUCTO

Objetivo: Reducir el impacto ambiental de la colección MANGO.

BLOQUE

## 2 ECONOMÍA CIRCULAR

Objetivo: Introducir criterios de diseño circular en la colección MANGO y optimizar el ciclo de vida de nuestros materiales/residuos.

BLOQUE

## 3 WAR ON PLASTIC Y RESIDUOS

Objetivo: Eliminar al máximo el plástico B2C y reducir la generación de residuos fomentando buenas prácticas de reciclaje y upcycling.

BLOQUE

## 4 CLIMA Y BIODIVERSIDAD

Objetivo: Reducir la huella de carbono de la empresa y contribuir a la protección de los ecosistemas y su biodiversidad

BLOQUE

## 5 SEGUIMIENTO Y GOBERNANZA

Objetivo: Implantar herramientas para el desarrollo y seguimiento de las iniciativas y proyectos planteados en este plan.



# MANGO se une al Fashion Pact

En octubre 2019, MANGO reafirmó su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad al unirse al Fashion Pact. El Fashion Pact es el primer gran movimiento global en la industria de la moda para unir fuerzas y trabajar conjuntamente para afrontar el cambio climático y la ruta hacia una industria textil más sostenible.

La coalición, de la que ya forman parte 56 compañías de la industria textil, tiene como objetivo trabajar de manera colectiva para minimizar el impacto ambiental de la industria textil y de la moda, focalizado en tres pilares: Clima, Biodiversidad y Océano.

Estos tres pilares se han integrado en los cinco bloques del Plan Estratégico de RSC y Sostenibilidad 2021. De esta manera MANGO alinea los objetivos a corto plazo del Plan Estratégico de RSC y Sostenibilidad con los objetivos a largo plazo y de industria textil marcados por el Fashion Pact.



THE  
FASHION  
PACT



# Hacia una moda más sostenible

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. El objetivo de la empresa es ir aumentando la proporción de fibras sostenibles en todas sus colecciones y líneas.

En línea con este objetivo, en 2019 MANGO aprobó nuevos objetivos de colección sostenible. Estos objetivos se concentran en el uso de tres tipos de fibras:





# 1. Algodón sostenible

Objetivo: 100% algodón sostenible antes de 2025

2019  
**20%**  
ALGODÓN SOSTENIBLE

ANTES DE 2025  
**100%**  
ALGODÓN SOSTENIBLE

Algodón sostenible incluye el uso de algodón orgánico, algodón reciclado y apoyo al algodón BCI.

En 2018 MANGO se comprometió a que en 2022 el 50% de su algodón apoyará el cultivo y uso de algodón de origen sostenible. Los buenos resultados hacia este objetivo han resultado en su revisión para establecer el nuevo objetivo a 2025.

A finales de 2019, aproximadamente el 20% de las prendas MANGO con composición principal de algodón provienen de fuentes de origen sostenible. Esto incluye el uso de algodón orgánico, algodón reciclado y el apoyo a algodón BCI (Better Cotton Initiative). Esto significa cumplir previsiones y haber doblado el consumo de algodón sostenible en comparación a 2018. De esta manera MANGO avanza firmemente hacia su objetivo de algodón sostenible.

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.

## ORIGEN DE MATERIALES

Como miembro de BCI, en 2019, MANGO apoyó el cultivo de algodón BCI a través de más de 2,6 TN de algodón BCI.

Los principales países de origen de este algodón BCI son Pakistán, Turquía, Bangladés y China que representan más del 90% del algodón BCI asociado a MANGO. En proximidad destaca algodón procedente de Marruecos, España e Italia.

## 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 colaboradores y aumenta el rendimiento de los cultivos.



## 2. Poliéster reciclado y fibras sintética

Objetivo: 50% Poliéster reciclado antes de 2025

MANGO se compromete a reducir el uso de fibras sintéticas en sus colecciones y aumentar el uso de poliéster reciclado. De esta manera se reduce la presión en recursos no renovables, reducimos el riesgo de contaminación por micro plásticos de fibras sintéticas y a la vez contribuimos hacia una economía circular reduciendo residuo textil.





### 3.

## Fibras celulósicas

**Objetivo: 100% fibras celulósicas de origen controlado antes de 2030**

MANGO reconoce la importancia de asegurar la trazabilidad del origen de las fibras celulósicas (viscosa, lyocell, modal, etc.) que se utilizan en todas sus colecciones. MANGO ha empezado a trabajar de manera conjunta con sus proveedores para asegurar que estas fibras no contribuyen a la deforestación o la tala ilegal. En 2020 MANGO formalizará su política de fibras celulósicas así reafirmando su compromiso de asegurar el origen sostenible de estas fibras.

En 2018, MANGO dio su primer paso hacia el control del origen de sus 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.





# MANGO Committed

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 cinco cápsulas Committed para mujer.

Todas las prendas MANGO de colección sostenible se etiquetan bajo el nombre Committed.

A día de hoy MANGO Committed cuenta con prendas de colección general y colecciones cápsula de campaña. 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.

Las prendas Committed 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

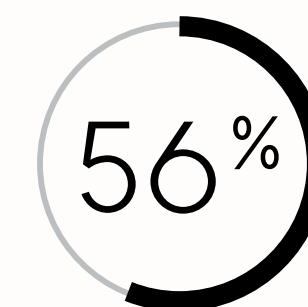
con certificaciones según estándares internacionales para acreditar su origen y características sostenibles. Los certificados más utilizados son el GOTS (Global Organic Textile Standard), OCS (Organic Content Standard), GRS (Global Recycled Standard) y RCS (Recycled Content Standard).

En 2019 MANGO produjo más de 18 millones de prendas con características sostenibles que se etiquetaron como Committed. Esto supone un 12% de toda la producción MANGO incluyendo todas sus líneas. De esta manera en 2019 MANGO dobló el número de modelos sostenibles en comparación a 2018 cumpliendo así los objetivos marcados.

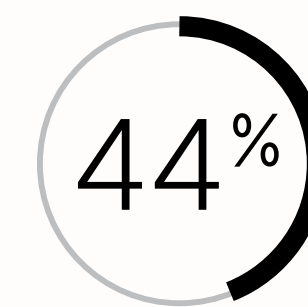


173.249.916

metros lineales de tejido



FIBRAS  
QUÍMICAS  
SINTÉTICAS



FIBRAS  
ORIGEN  
NATURAL



## Seguimiento y evaluación de colección sostenible

Para asegurar el seguimiento de los objetivos de colección sostenible MANGO ha implementado una nueva herramienta interna para la monitorización de toda la compra con características sostenibles.

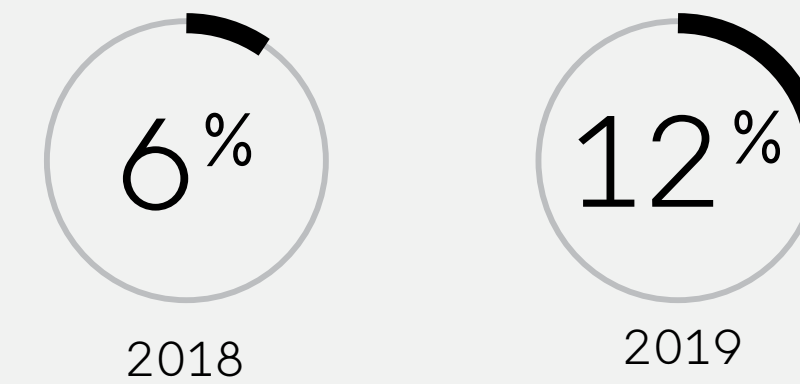
## MANGO se une al Sustainable Apparel Coalition:

En 2019 MANGO aprobó su adhesión al Sustainable Apparel Coalition (SAC) como parte del nuevo plan de RSC y Sostenibilidad a 2021. Esta adhesión se consolidó oficialmente en enero 2020. Con esta nueva colaboración MANGO se compromete a evaluar el impacto ambiental de su cadena de suministro utilizando el conjunto de herramientas de medición de sostenibilidad del SAC, el Higg Index.

Como miembro del SAC MANGO se une a más de 250 marcas, proveedores, entidades de gobierno y organizaciones ambientales que se comprometen colectivamente a mejorar la sostenibilidad de la cadena de suministro en la industria textil.

Con la implementación y uso de las herramientas del Higg Index MANGO pretende ampliar la evaluación de su colección sostenible para seguir identificando áreas de mejora para reducir el impacto ambiental de la colección.

### Evolución prendas Committed





## 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 las instalaciones correspondientes. El estudio tomó como referencia un tejano 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 tejano 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 tejano a tienda. Se prevé que la segunda fase de esta iniciativa se llevará a cabo a lo largo del 2020.

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

<https://www.esci.upf.edu/es/catedra-mango-de-responsabilidad-social-corporativa>



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

CONSUMO DE AGUA/TEJANO  
DESDE EL CULTIVO DEL  
ALGODÓN HASTA LA LLEGADA  
DEL TEJANO A LA TIENDA

1%

CORTE

4%

EMPAQUETADO

5%

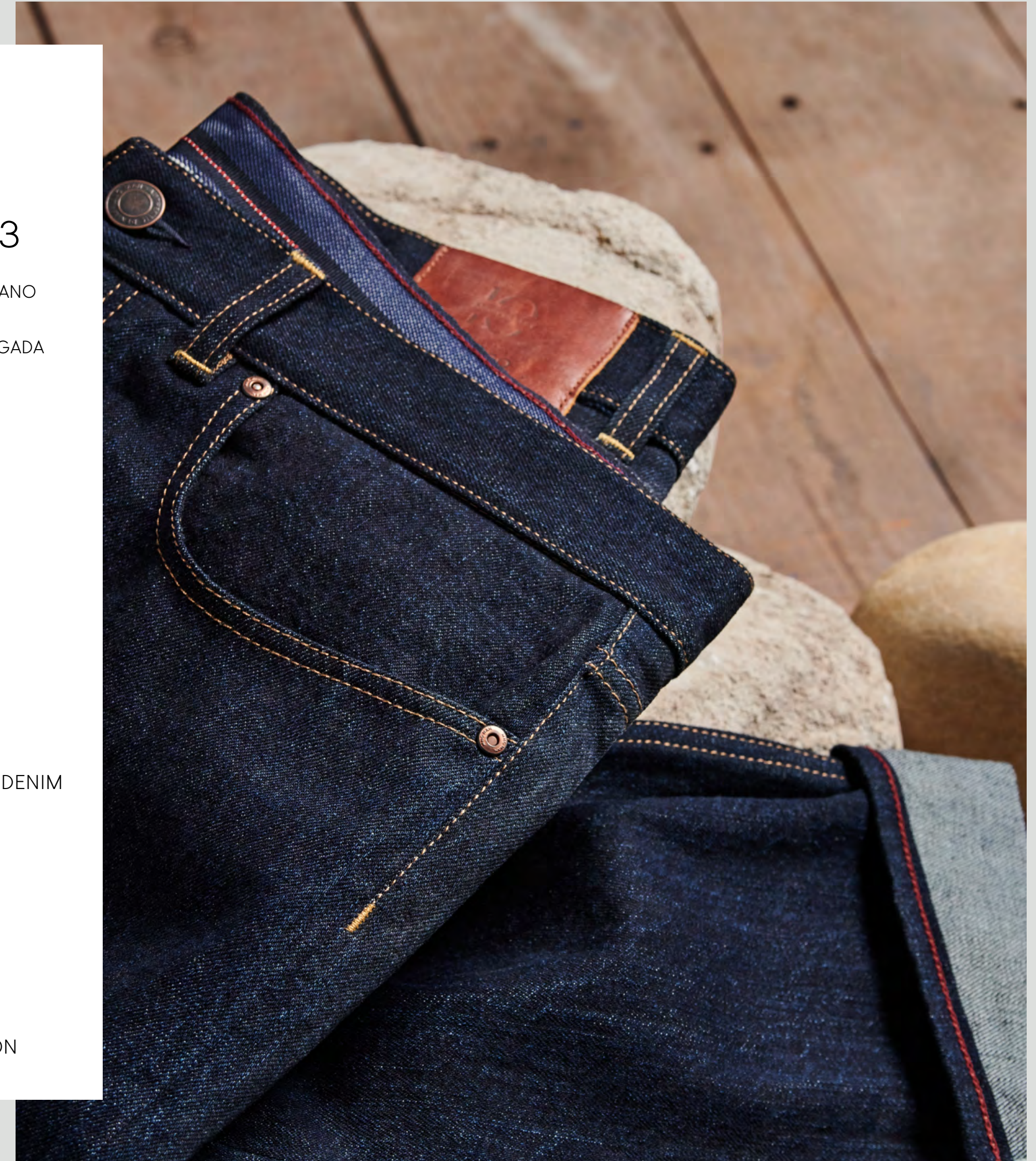
PRODUCCIÓN TEJIDO DENIM

21%

ACABADOS

69%

CULTIVO DEL ALGODÓN





### 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 Láser para reducir una media de 25% el consumo de agua en los procesos de acabado de la producción de tejanos. En 2019 más del 30% de los tejanos de la colección Woman de MANGO se produjeron con algodón sostenible y/o técnicas de acabado para reducir su huella hídrica.





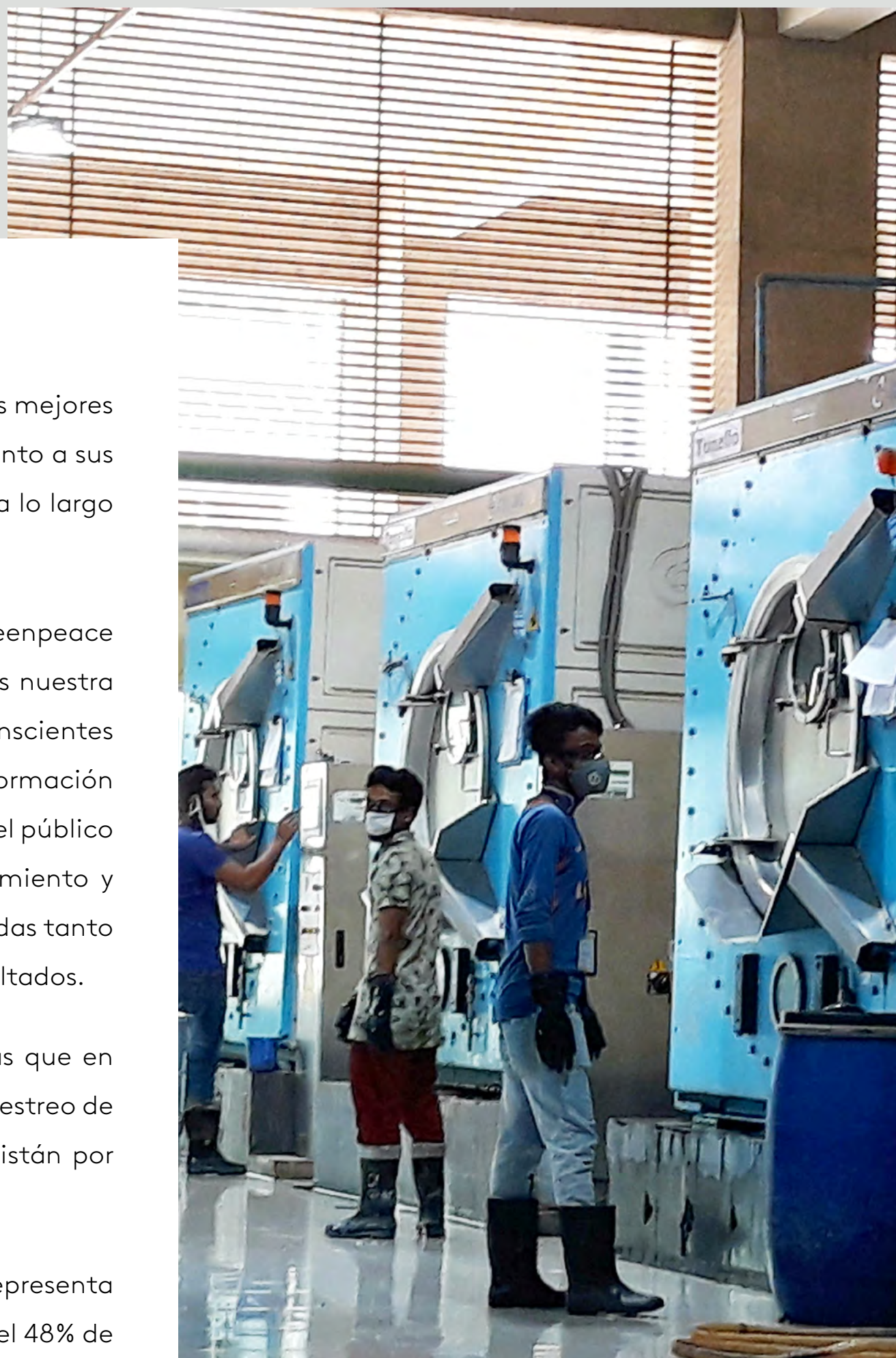
## Compromiso Detox

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.

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 2019 hemos llevado a cabo el muestreo de aguas de procesos húmedos de proveedores en Pakistán por primera vez en este país.

Esta quinta fase de análisis de procesos húmedos representa aproximadamente el 3% de la producción mundial y el 48% de la producción de Pakistán.



## 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 2019 MANGO ahorró más de 10 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.

En 2019 MANGO utilizó 3.526 TN de embalajes de envío online en todo el mundo, del cual solo el 1% representa embalajes de plástico.



## Criterios de sostenibilidad en tiendas e instalaciones

### TIENDAS

Tenemos el compromiso de gestionar la actividad de las tiendas, ya sean propias o franquiciadas, de la manera más eficiente 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 las tiendas. Para ello se revisan los niveles de iluminación de las tiendas, rebajándolo en aquellos casos donde se instaló un nivel de iluminación superior al actual especificado por MANGO.

Por otro lado, incorporamos sistemas de control de iluminación fuera de las horas de apertura al público. Los almacenes de tiendas cuentan con sensores de apagado de luces para evitar el uso innecesario de energía cuando no hay personal en el almacén.

Además destaca la optimización de la iluminación en escaparates y control mediante reloj de la misma, así como del logo iluminado exterior.

### CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

#### PUNTOS DE VENTA PROPIOS

37.130

MWh España

74.536

MWh Extranjero

#### PUNTOS DE VENTA FRANQUICIADOS

17.202

MWh España

77.359

MWh Extranjero

EL CONSUMO DE ENERGÍA EN PUNTOS DE VENTA PROPIOS EN ESPAÑA EN 2019 SE HA REDUCIDO UN

11%

RESPECTO 2018.





## 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 con recuperación de calor en las entradas de las tiendas, generando una barrera térmica con el fin de conservar mejor la temperatura de la climatización.

También destaca la instalación de medidores de energía (ya sean eléctricos y/o de agua) para controlar el consumo de los sistemas de climatización.

## ESTUDIOS DE ECOEFICIENCIA

Actualmente el departamento de obras está llevando a cabo varios estudios para una mejor optimización de consumos en nuestras tiendas como por ejemplo un estudio de comparativa de rendimientos entre unidades con recuperación de calor vs. unidades con bomba de calor, un estudio de monitorización de consumo eléctrico en todos los puntos de suministro a nivel estatal, un estudio de gestión de la cantidad de luz generada en función de la luz exterior disponible, y un estudio de incorporación de puertas automáticas en tiendas.

## BOLSAS

El 100% de las bolsas comerciales MANGO en todo el mundo son de papel. Todas las bolsas son de papel certificado PEFC. De esta manera aseguramos que el papel de nuestras bolsas proviene de bosques de gestión sostenible. Las bolsas comerciales de plástico que se han utilizado a lo largo de 2019 son restos de stock.

## 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.





ÁFRICA	○	●	◐
ANGOLA	0	1	1
BURKINA FASO	0	1	1
COSTA DE MARFIL	0	2	2
EGIPTO	0	7	7
GUINEA ECUATORIAL	0	2	2
ISLA MAURICIO	0	4	4
KENIA	0	1	1
LIBIA	0	3	3
NAMIBIA	0	3	3
NIGERIA	0	4	4
REP.DEMOCRATICA DEL CONGO	0	1	1
SENEGAL	0	1	1
SUDÁFRICA	0	24	24
TÚNEZ	0	5	5

○ Puntos de venta propios  
**TOTAL: 855**

● Puntos de venta franquiciados  
**TOTAL: 1.333**

◐ Total puntos de venta  
**TOTAL: 2.188**

AMÉRICA	○	●	◐
CURAÇAO (ANTILLAS H.)	0	1	1
ARGENTINA	0	4	4
ARUBA (ANTILLAS H.)	0	1	1
BERMUDAS	0	3	3
BOLIVIA	0	3	3
CANADÁ	0	8	8
CHILE	0	49	49
COLOMBIA	0	45	45
COSTA RICA	0	3	3
CUBA	0	2	2
ECUADOR	0	7	7
ESTADOS UNIDOS	4	1	5
GUATEMALA	0	3	3
MÉXICO	2	37	39
PANAMÁ	0	3	3
PARAGUAY	0	2	2
PERÚ	0	39	39
PUERTO RICO	0	1	1
REP. DOMINICANA	0	2	2
EL SALVADOR	0	1	1
SURINAM	0	1	1
VENEZUELA	0	5	5

ASIA	○	●	◐
ARABIA SAUDÍ	0	54	54
BARÉIN	0	1	1
CAMBOYA	0	1	1
COREA	3	2	5
EMIRATOS ÁRABES	0	17	17
FILIPINAS	0	38	38
HONG KONG	1	0	1
INDIA	0	12	12
INDONESIA	0	19	19
IRAK	0	2	2
IRÁN	0	6	6
ISRAEL	0	48	48
JORDANIA	0	4	4
KAZAJISTÁN	0	21	21
KIRGUISTÁN	0	2	2
KUWAIT	0	6	6
LAOS	0	1	1
LÍBANO	0	6	6
MALASIA	0	20	20
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	6	11	17
SINGAPUR	3	12	15
SIRIA	0	1	1
SRI LANKA	0	4	4
TAILANDIA	0	20	20
TAIWÁN	0	20	20
UZBEKISTÁN	0	1	1
VIETNAM	0	14	14

EUROPA	○	●	◐
ESPAÑA	237	147	384
ALBANIA	0	2	2
ALEMANIA	67	152	219
ANDORRA	3	5	8
ARMENIA	0	3	3
AUSTRIA	11	8	19
AZERBAIYÁN	0	4	4
BÉLGICA	11	54	65
BIELORRUSIA	0	3	3
BOSNIA-HERZEGOVINA	0	1	1
BULGARIA	2	2	4
CHIPRE	0	7	7
CHIPRE-NORTE (RTNC)	0	1	1
CROACIA	15	1	16
DINAMARCA	4	0	4
ESLOVAQUIA	3	0	3
ESLOVENIA	0	2	2
ESTONIA	0	3	3
FINLANDIA	7	0	7
FRANCIA	113	87	200
GEORGIA	0	3	3
GRECIA	5	7	12
HOLANDA	16	16	32
HUNGRÍA	6	0	6
IRLANDA	5	0	5
ITALIA	50	19	69
KOSOVO	0	2	2
LETONIA	0	5	5
LITUANIA	0	6	6
LUXEMBURGO	1	2	3
MACEDONIA	0	2	2
MALTA	0	1	1
MOLDAVIA	0	1	1
MONTENEGRO	0	1	1
NORUEGA	2	1	3
POLONIA	18	5	23
PORTUGAL	31	22	53
REINO UNIDO	38	0	38
REP. CHECA	6	0	6
ROMANÍA	14	0	14
RUSIA	67	72	139
SERBIA	0	3	3
SUECIA	3	0	3
SUIZA	8	33	41
TURQUÍA	88	0	88
UCRANIA	5	6	11



## 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.

### HANGAR 2

El diseño del nuevo edificio, Hangar 2, en la central de Palau Solità i Plegamans incorpora varias medidas de ecoeficiencia para reducir el impacto ambiental asociado al funcionamiento del edificio.

- Uso de materiales de baja transmisión térmica: los vidrios como fachada para impedir que el calor entre en la edificación en los meses de verano.
- Incorporación de iluminación LED y aprovechamiento de luz natural
- Climatización centralizada acorde a necesidades reales para un uso optimizado de los equipos de climatización.

Las obras de este edificio siguen en marcha.

Además, la zona ajardinada que rodea el Hangar y el Hangar 2 cuenta con un diseño especial de “dunas” con pozos inferiores que sirven como drenante natural de toda la superficie impermeable de la urbanización. Consecuentemente estas zonas se han designado como zonas de paseo sin acceso a vehículos con el objetivo de evitar vertidos de aceites y goma que pudieran contaminar el sistema de filtrado natural de las dunas.

### CONSUMO CENTRAL, OFICINAS Y ALMACENES

21.498

MWh consumo de electricidad nacional y extranjero

3.627

MWh consumo de gas nacional





## CENTRO LOGÍSTICO LLIÇÀ

Entre las principales medidas de ecoeficiencia en el centro logístico de MANGO en Lliçà d'Amunt destaca la recuperación de energía en los robots de las naves, utilización de aguas pluviales para el riego sostenible, y uso de materiales de baja transmisión térmica para impedir que el calor entre en la edificación. Por otro lado, la iluminación de la nave incorpora iluminación LED y aprovechamiento de luz natural. Para los desplazamientos internos del centro logístico se utilizan bicicletas, bicicletas eléctricas y segways para facilitar la movilidad de los colaboradores en su interior. La nave cuenta con túneles que facilitan la movilidad de los colaboradores entre la nave principal y las naves satélites. A la vez, estos túneles reducen la circulación de vehículos en el exterior del polígono lo que conlleva un correspondiente ahorro en emisiones de CO<sub>2</sub>. Además, el centro logístico cuenta con aparcamiento para coches eléctricos.

Respecto a la jardinería, esta es de bajo mantenimiento y consumo hídrico, y está compuesto por vegetación mediterránea y autóctona de la zona. Además, el riego de los jardines se realiza con un sistema gota a

gota que se autoabastece con un depósito de recuperación de aguas pluviales.

Finalmente, cabe destacar que durante la fase inicial de construcción del centro logístico se reutilizaron más de 1.500.000 m<sup>3</sup> de tierras para la creación de las diferentes parcelas logísticas del polígono, zonas ajardinadas y viales, y accesos al polígono. De esta manera se han aprovechado los recursos disponibles de manera sostenible evitando así las emisiones asociadas al transporte de las tierras de excavación a vertederos autorizados.

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.



## PROYECTO DE NOMINACIÓN DE CAJAS EN ORIGEN

En 2019 MANGO lanzó un proyecto de nominación de cartoneros en origen. Esta iniciativa tiene como objetivo asegurar la calidad y medidas de las cajas de cartón provenientes de origen y asegurar el origen sostenible de su cartón.

De esta manera se optimiza el contenido de las cajas y su transporte favoreciendo así un transporte más eficiente. Por otro lado, este proyecto asegura que todas las cajas de cartón provenientes de nuestros proveedores son de origen controlado y sostenible asegurando que no contribuyen a la deforestación o a la tala ilegal de árboles.

La primera fase de este proyecto ya se ha implantado con éxito en China y Bangladés en 2019, y se prevé su expansión como segunda fase en 2020 a más países.

# 44%

DE LOS  
COLABORADORES  
UTILIZAN EL  
SERVICIO DE  
TRANSPORTE  
GRATUITO



## 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 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, logística 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 (Ecoinvent 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.

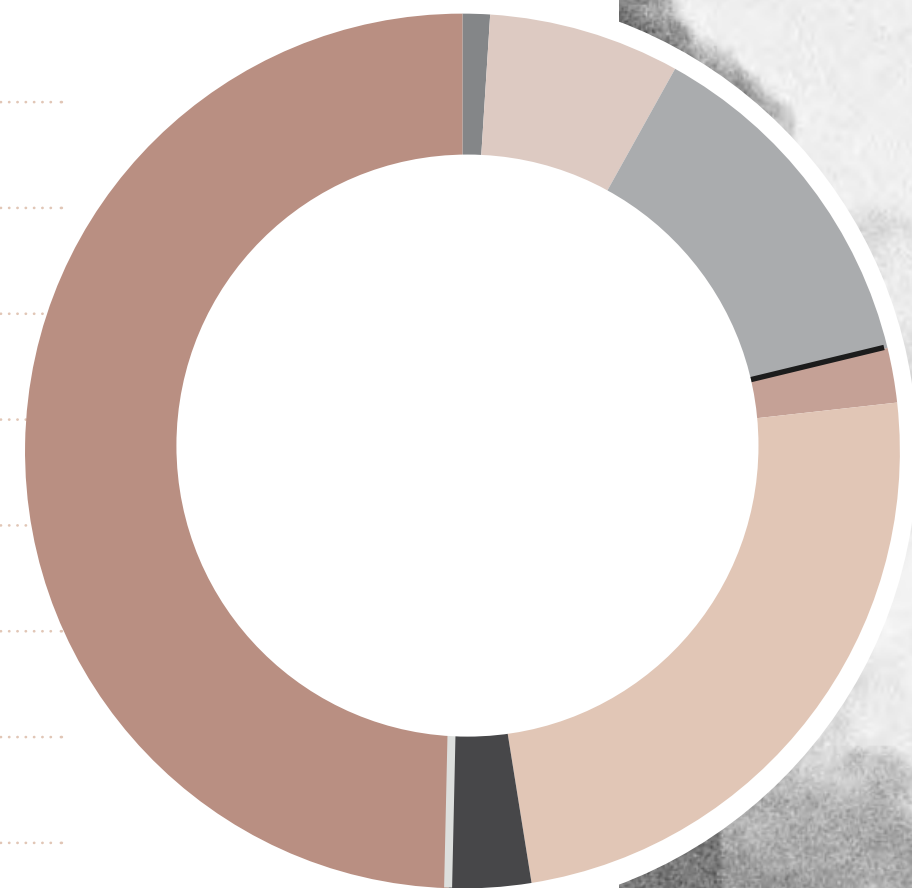
Como parte del bloque de clima y biodiversidad del nuevo Plan Estratégico de RSC y Sostenibilidad aprobado en 2019, MANGO incluye el objetivo de desarrollar un plan de acción para la reducción de las emisiones asociadas a la logística nacional de la empresa a lo largo de 2020. A día de este informe no se pueden detallar objetivos concretos para la reducción de emisiones.

### Detalle emisiones CO<sub>2</sub> 2019

ALCANCE	TN CO <sub>2</sub> EQ	%
Alcance 1	1.650,04	0,44%
Alcance 2	98.414,22	25,92%
Alcance 3	279.203,11	73,64%
<b>TOTAL</b>	<b>379.267,37</b>	<b>100%</b>

DETALLE	%	ALCANCE
Transporte materias primas	1,2%	3
Electricidad producción producto	7,3%	3
Producción materias primas	13,2%	3
Gas natural oficinas y almacenes	0,2%	1
Electricidad oficinas/almacenes	2%	2
Electricidad puntos de venta	24%	2
Transporte personal	3,2%	3
Flota Propia (*)	0,2%	1
Transporte mercancías	48,7%	3

(\*) incluye el consumo de gas natural en central y almacenes nacionales (3.627 MWh) y el consumo de la flota propia incluyendo el consumo de combustibles de keroseno, gasolina y diésel (913,6 TN CO<sub>2</sub> eq)





### Compra de energía renovable

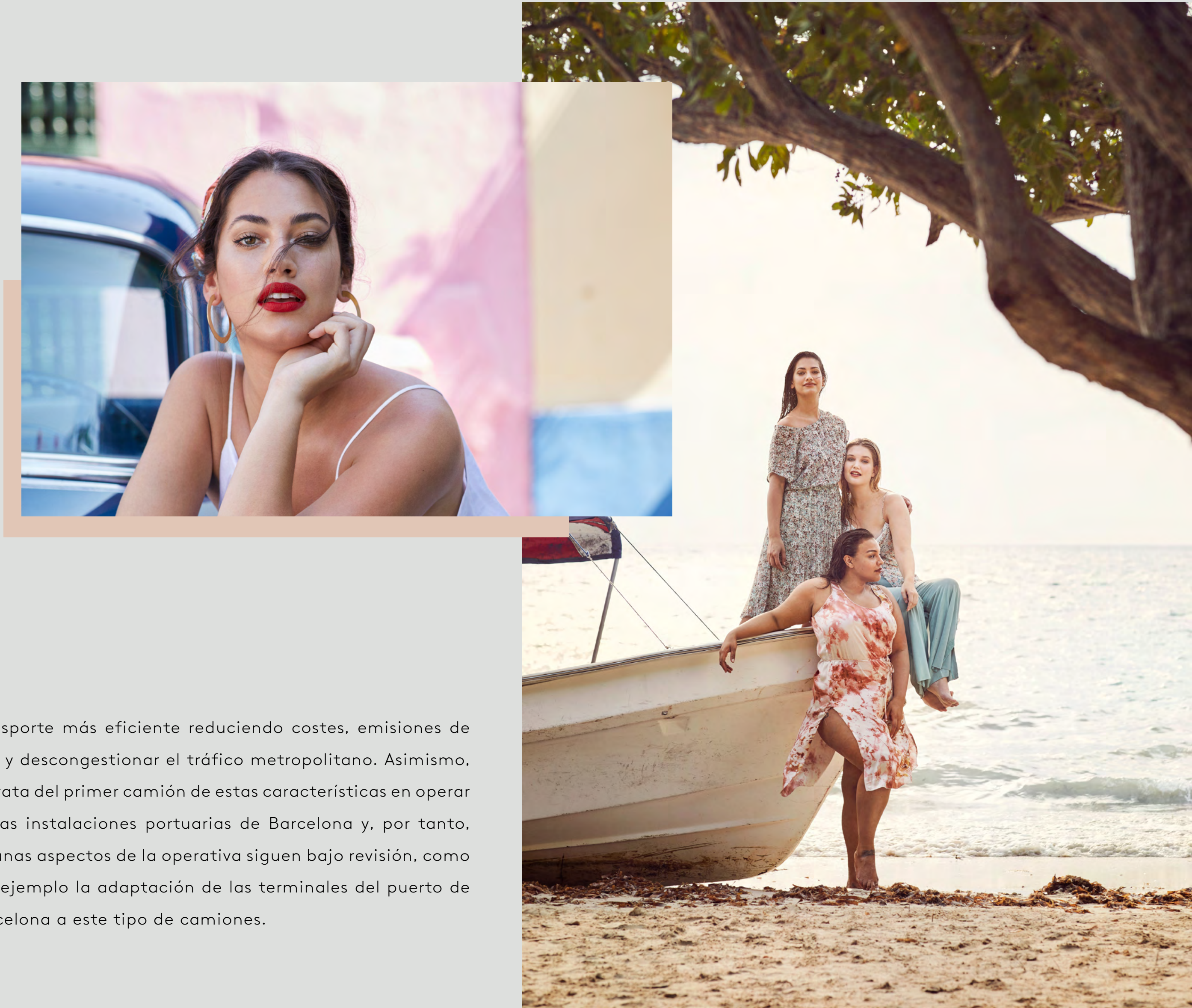
En 2019, como parte del nuevo Plan RSC de Sostenibilidad se aprobó que en 2020 el 100% de la energía eléctrica de la sede, almacenes, y tiendas propias de MANGO en España tendrán certificado de energía renovable. Esta acción equivale a 64.780 MWh con garantía de origen renovable.

Por otro lado, en 2019 el consumo de todas las tiendas propias del Reino Unido ya disponía de certificado de origen renovable (3.095 Kwh). En 2020 el consumo eléctrico de tiendas propias en el Reino Unido representará aproximadamente 3.006 MWh de electricidad con garantía de origen renovable.

### Primera fase de implementación del mega-trailer para la reducción de emisiones de transporte

En el 2019 se llevó a cabo la primera prueba para mejorar el transporte de mercancías entre el puerto de Barcelona y el centro logístico de Lliçà d'Amunt con el objetivo de facilitar la salida de contenedores del puerto, a la vez que contribuir a la reducción de emisiones a la atmósfera. Con el uso del mega tráiler se ha estimado que las emisiones de CO<sub>2</sub> se reducirán un 50% y de esta forma se prevé transportar de manera regular con mega tráiler parte de las importaciones desde Asia por vía marítima. El uso de este tipo de transporte es beneficioso ya que se consigue un

transporte más eficiente reduciendo costes, emisiones de CO<sub>2</sub> y descongestionando el tráfico metropolitano. Asimismo, se trata del primer camión de estas características en operar en las instalaciones portuarias de Barcelona y, por tanto, algunos aspectos de la operativa siguen bajo revisión, como por ejemplo la adaptación de las terminales del puerto de Barcelona a este tipo de camiones.





## 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 al cálculo de la huella de carbono de 2018 realizada en 2019. Las emisiones compensadas ascienden a 20.990 Tn CO<sub>2</sub> eq. Estas fueron compensadas colaborando en los proyectos descritos a continuación.

Todos los proyectos de compensación están tramitados con la certificación de compensación Clean CO<sub>2</sub> según el Verified Carbon Standard.



# 20.990 Tn CO<sub>2</sub> eq

EMISIONES  
COMPENSADAS 2018



### PROYECTO 1

#### Generación de energía hidroeléctrica fluvial (Andhra Pradesh, India)

Este proyecto implica la instalación por fases de seis unidades de energía hidroeléctrica fluvial, cada una de 39 MW de capacidad. Las unidades de potencia se instalan a lo largo del río Krishna cerca del pueblo de Revulapally en el distrito de Mahaboobnagar de Andhra Pradesh. La planta tendrá una capacidad total instalada de 234 MW. La energía generada se exportará a la red, reduciendo así la dependencia de centrales eléctricas de combustibles fósiles.

### PROYECTO 2

#### Micro centrales hidroeléctricas (China)

Consiste en un centenar de pequeñas 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 minicentrales 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.



## BIODIVERSIDAD

Como empresa comprometida con el Fashion Pact, MANGO reconoce la importancia de integrar la protección de la biodiversidad en su estrategia de sostenibilidad. Consecuentemente MANGO ha integrado su compromiso con la protección de la biodiversidad como uno de los 5 bloques del Plan Estratégico de RSC y Sostenibilidad a 2021. Como parte del plan MANGO se compromete a poner en marcha un proyecto para la protección de la biodiversidad a lo largo de 2020.

### La balsa de Can Dunyó en Lliçà D'Amunt:

La balsa de Can Dunyó es una balsa de laminación artificial reconvertida en un espacio natural situada junto al río tenes. Esta fue construida juntamente con el parque logístico de MANGO en Lliçà D'Amunt. Con 10.000 M3 de capacidad, fue diseñada con criterios técnicos que favorecen la biodiversidad y la creación de microhábitats. Además, la balsa y su zona de bosque adyacente pertenecen a un área de interés por la presencia de especies de aves que utilizan la zona para hacer sus nidos y de las cuales algunas están en peligro de extinción.

## 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. La actividad de MANGO no impacta en hábitats protegidos.

En el periodo de este informe MANGO no ha recibido sanciones significativas por incumplimiento de normativa o legislación ambiental.

## 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 gestores autorizados especializados. 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.

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. Todas las cajas se reutilizan el máximo de veces posible antes de ser recicladas.



## 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 2019 se han colocado contenedores SECOND CHANCES en el 100% de tiendas propias en España y Francia. Por otro lado, todas las tiendas franquiciadas de España y Portugal dan el servicio de recogida de ropa usada tengan o no contenedor físico SECOND CHANCES. Además, el proyecto SECOND CHANCES cuenta con más contenedores repartidos entre Alemania, Croacia, Holanda, Italia, Portugal y Reino Unido.

En 2019 el proyecto SECOND CHANCES se unió al programa de fidelización de cliente de MANGO, MANGO Likes You. Como parte del programa MANGO Likes You los clientes que reciclan su ropa usada en los contenedores SECOND CHANCES reciben Likes para acumular en su cuenta y descambiar por entradas de cine, descuentos o donar para proyectos de acción social.

En 2020 está prevista la expansión del proyecto SECOND CHANCES conjuntamente con el programa MANGO likes you, en Alemania, Bélgica, Países Bajos, Luxemburgo,







420

CONTENEDORES  
SECOND  
CHANCES

Portugal y Reino Unido. Con esta expansión se colocarán contenedores SECOND CHANCES en el 100% de las tiendas propias en estos países y todas las tiendas franquicias deberán dar el servicio de recogida de ropa usada, aunque decidan no tener físicamente un contenedor.

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)).





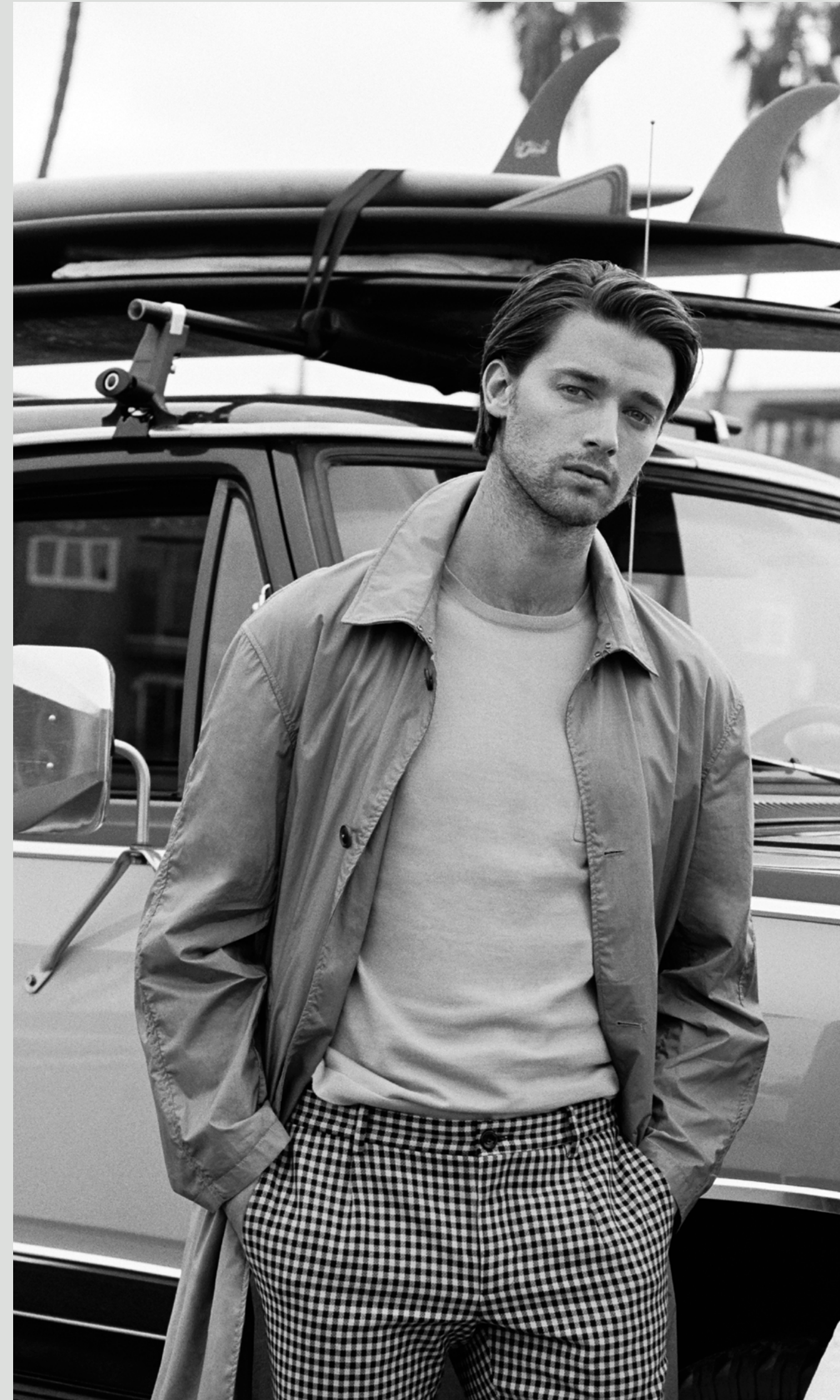
## Otras políticas

### 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 con lleva para la salud de los colaboradores 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.



# Cuestiones sociales y 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 colaboradores, así como velar por su salud y seguridad.

## PERFIL DE NUESTRO EQUIPO HUMANO

La firma cuenta con más de 14.000 colaboradores, 2.200 de los cuales trabajan en el Hangar Design Center y en la sede de Palau-Solità i Plegamans (Barcelona). Más allá de las cifras hay un equipo joven y entusiasta con una media de edad entorno a los 30 años y formado en un 80% por mujeres.

Todos los datos se refieren al grupo consolidado. En caso contrario se especifica el alcance del dato.





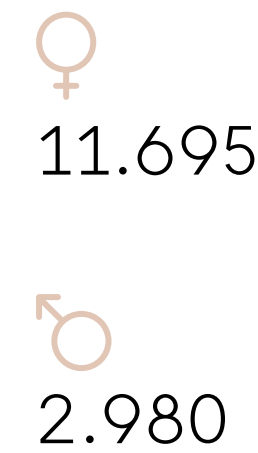


Perfil de nuestro equipo humano

PLANTILLA MEDIA



SEXO



EDAD



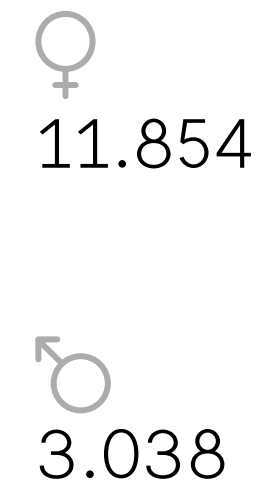
CATEGORIA



PLANTILLA A FECHA DE CIERRE



SEXO



EDAD



CATEGORIA





## Número de despidos

DESPIDOS  
TOTAL  
GENERAL

♀ 811      ♂ 219

### EDAD

MENOS DE  
30  
AÑOS

♀ 522  
♂ 115

ENTRE  
30 Y 50  
AÑOS

♀ 277  
♂ 93

MÁS DE  
50  
AÑOS

♀ 12  
♂ 11

### CATEGORIA

ADMINISTRATIVOS

♀ 41  
♂ 8

DEPENDIENTES Y  
OPERARIOS

♀ 692  
♂ 166

DIRECTIVOS  
Y MANDOS  
INTERMEDIOS

♀ 75  
♂ 35

INFORMÁTICOS

♀ 3  
♂ 10



En Mango garantizamos la igualdad de trato y oportunidades a colaboradores, rechazando cualquier tipo de discriminación, directa o indirecta, y siguiendo el principio de igualdad entre géneros.

Para una correcta interpretación de estos datos, es importante remarcar que la agrupación por categorías descrita en la tabla superior agrupa puestos de pesos muy diferentes. MANGO tiene como uno de los proyectos *core* del área de People para 2020, trabajar en un proyecto de arquitectura de puestos que nos permita compararlos entre ellos de una forma más tangible y organizada.

### Remuneración media España

TOTAL GENERAL		♀ €23.492	♂ €35.557
CATEGORIA	EDAD		
ADMINISTRATIVO	€ 33.702	MENOS DE 30 AÑOS	€ 18.954
DEPENDIENTES Y OPERARIOS	€ 19.202	ENTRE 30 Y 50 AÑOS	€ 31.599
DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS	€ 62.771	MÁS DE 50 AÑOS	€ 56.457
INFORMÁTICOS	€ 43.308	BRECHA SALARIAL   0,339	

### Remuneración media resto de países

TOTAL GENERAL		♀ € 20.469	♂ € 21.223
CATEGORIA	EDAD		
ADMINISTRATIVOS	€ 28.006	MENOS DE 30 AÑOS	€ 17.876
DEPENDIENTES Y OPERARIOS	€ 19.136	ENTRE 30 Y 50 AÑOS	€ 25.688
DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS	€ 36.593	MÁS DE 50 AÑOS	€ 32.637
INFORMÁTICOS	€ 30.277	BRECHA SALARIAL   0,0355	

\* La remuneración incluye el total bruto percibido (salario fijo y variables)



Para una correcta interpretación de estos datos, es importante remarcar que en la base de la pirámide de MANGO (tiendas) el género femenino representa un 87% sobre el total de empleados que trabajan en tiendas y ello, sin duda alguna, tiene impacto en el resultado.

En la actualidad MANGO no dispone de un sistema para medir el nivel de los puestos de la organización. Esto significa que la agrupación por categorías descrita en la tabla anterior, agrupa puestos de pesos muy diferentes desde un punto de vista de impacto y por este motivo, dichos datos requieren una categorización que hoy en día no estamos preparados para definir.

Conscientes de la necesidad de poder agrupar los puestos en niveles en base al peso de cada puesto, MANGO tiene como uno de los proyectos core del área de People para 2020, trabajar en un proyecto de arquitectura de puestos que nos permita compararlos entre ellos de una forma

más tangible y organizada. Para ello, contamos con la ayuda de Willis Towers Watson, un proveedor de reconocido prestigio en la materia.

Dicho proyecto, en el que ya estamos trabajando y cuya entrega está prevista para el año en curso, nos dará visibilidad sobre los salarios de la organización por niveles en función del género, y garantizar que el género no sea factor de diferenciación entre salarios.

Asimismo, nuestra compañía mantiene el compromiso de trabajar en un nuevo y ambicioso Plan de Igualdad para continuar impulsando y fomentando las medidas necesarias para conseguir la igualdad real y plena de las personas trabajadoras en MANGO.

#### REMUNERACIÓN MEDIA CONSEJEROS Y DIRECTIVOS

♀ € 374.400

♂ € 422.819

\*Total bruto, incluyendo variables y salario en especie

\*\* La remuneración media de los consejeros (5 hombres) es de 1.316 miles de euros.

#### IMPLANTACIÓN DE POLÍTICA DE DESCONEXIÓN LABORAL

A pesar de que actualmente MANGO no dispone de una política de desconexión laboral implementada, es un tema en el que se va a trabajar en un futuro.

#### COLABORADORES CON DISCAPACIDAD

70



## Organización del tiempo de trabajo

### CÓMO SE ORGANIZA EL TIEMPO DE TRABAJO EN LA EMPRESA

Velamos por el cumplimiento de los tiempos de trabajo y descanso, siguiendo la normativa legal de cada convenio colectivo y país.

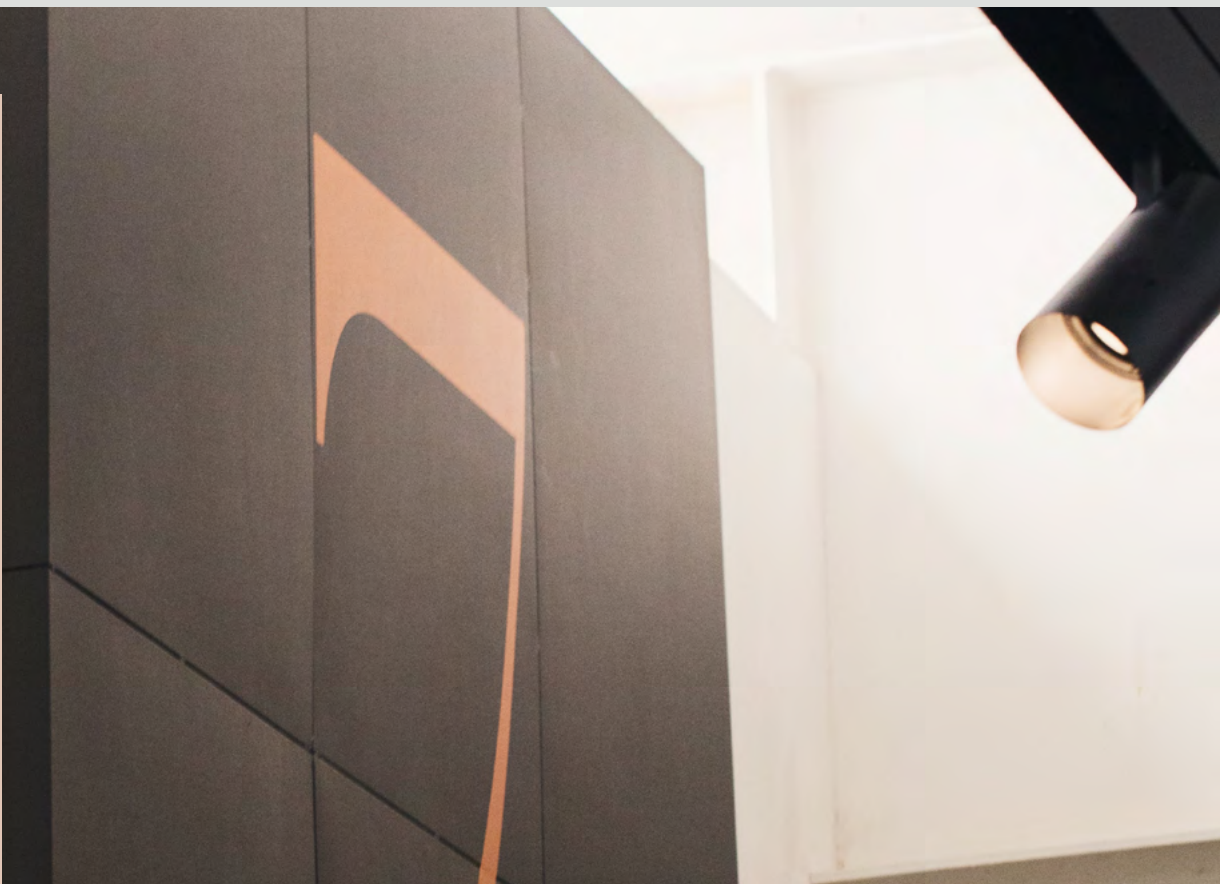
En central por norma general nuestros colaboradores trabajan en horario partido, con una hora de descanso para comer. Los viernes el horario es intensivo, para poder disponer de la tarde libre. Además, en 2019 se fijaron en calendario tres días de jornada intensiva en vísperas de festivo.

En función de las horas que establece el convenio colectivo aplicable, el exceso de jornada se acumula en saldo de horas de convenio a disfrutar a lo largo del año.

En base a los factores mencionados, el manager de cada tienda es la persona responsable de organizar los horarios.

En lo que se refiere al equipo de tiendas, de cara a planificar el tiempo de trabajo, se tienen en cuenta los siguientes factores:

1. La plantilla y sus contratos (número de horas semanal/persona).
2. Días pico de la semana.
3. Horas pico de cada día.
4. Normativa del país.
5. Distribución por periodos del año (fechas de aumento de ventas, como rebajas, verano en zonas turísticas o Navidad, y épocas de menor facturación).
6. Diferentes acciones comerciales (shopping day, black friday, etc.).
7. Horario de inicio de actividad en tienda (recepción de pedido, preparación de producto para su exposición, cierre de caja y orden/limpieza de la tienda).
8. Horario comercial (atendiendo a las horas de apertura y cierre, y concentrando horas de trabajo dedicadas a la superficie de venta en días, y horas, picos)



TOTAL HORAS  
ABSENTISMO  
2019

727.160

\*Solo se tienen en cuenta bajas por enfermedad y por accidentes. No incluye permisos.



MEDIDAS DESTINADAS A LA CONCILIACIÓN

Existen ventajas y beneficios para los colaboradores 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 colaboradores 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.

A partir de enero 2020 se formaliza en central la jornada flexible con un margen de entrada y salida de una hora y media. Durante este último año hemos estado trabajando en el piloto y posterior implementación de la flexibilidad horaria en algunos equipos, lo que nos ha permitido probar los beneficios que conlleva.

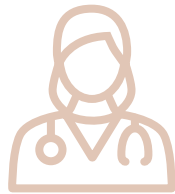


FLEXIBILIDAD HORARIA

(Central)



SUSPENSIONES  
TEMPORALES POR  
MOTIVOS PERSONALES



AMPLIACIÓN DEL TIEMPO  
PARA PODER ASISTIR A  
LAS VISITAS MÉDICAS



JORNADA INTENSIVA  
LOS VIERNES Y VÍSPERAS  
DE FESTIVOS

(Central)



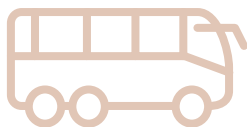
SUBVENCIÓN  
DE COMEDOR

(Central)



TICKET  
RESTAURANTE

(se ofrece para algunos países y/o colectivos)



TRANSPORTE  
COLECTIVO  
GRATUITO

(se ofrece para algunos países y/o colectivos)



ACUERDOS  
ESPECIALES  
Y DESCUENTOS



## Permiso parental

El número total de colaboradores que han tenido derecho al permiso parental, por sexo

♀ 171  
♂ 41

El número total de colaboradores que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental, por sexo.

♀ 107  
♂ 39

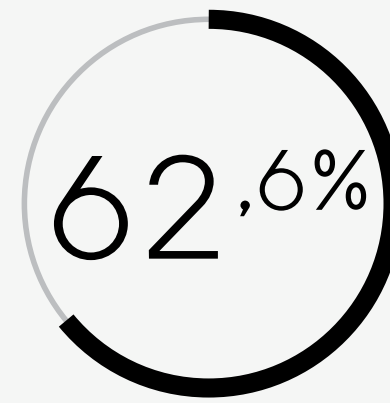
El número total de colaboradores que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo

♀ 103  
♂ 28

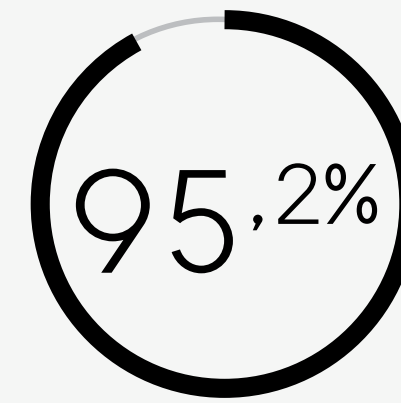
Permisos parentales 2018 que siguen en 2019

## Las tasas de regreso al trabajo y de retención

TASA DE REGRESO AL TRABAJO

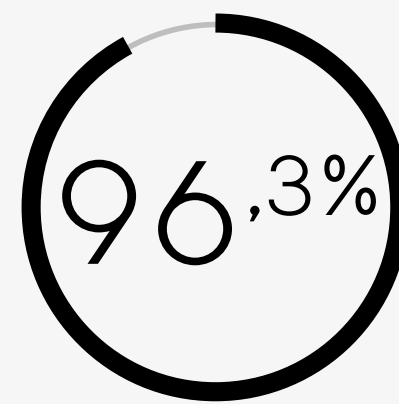


MUJERES

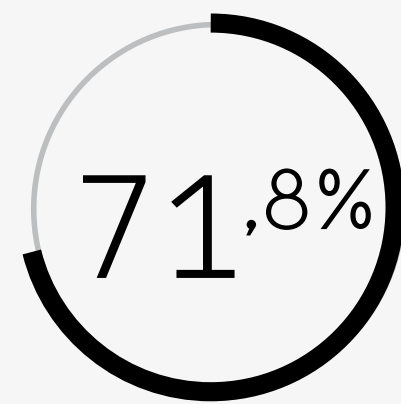


HOMBRES

TASA DE RETENCIÓN



MUJERES



HOMBRES





## Salud y seguridad

### Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

Nuestros colaboradores son el valor más importante y por estos se desarrollan políticas para garantizar la mejora continua de su seguridad y su salud en el entorno laboral.

El objetivo principal de nuestra Política de Seguridad, Salud y Bienestar de MANGO es el desarrollo y la promoción de estrategias que mejoren las condiciones de trabajo para la salud física, psíquica y social de los colaboradores, y que favorezcan y consoliden buenos hábitos de trabajo.

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

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



#### EVALUACIONES DE RIESGOS

Identificamos y evaluamos los riesgos asociados a los puestos de trabajo como parte del ciclo de mejora continua en la gestión, avanzando en todos los aspectos de salud y seguridad de los colaboradores. 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.

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.

Periódicamente se realizan visitas de seguridad a los centros de trabajo para controlar y garantizar unas óptimas condiciones de trabajo y favorecer comportamientos seguros.



#### COMUNICADOS DE RIESGOS

Para implicar a los colaboradores 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.



#### FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS

Trabajamos de forma continuada en el diseño de nuevas formaciones centradas específicamente en los puestos de trabajo de MANGO.

Cuando se crea un puesto de trabajo, se realiza la evaluación de riesgos de éste y se detectan las necesidades formativas de cada persona.

En estas formaciones damos a conocer los principales riesgos y medidas a tener en cuenta para evitar daños a la salud.



#### VIGILANCIA DE LA SALUD

Las actividades de la vigilancia de la salud son realizadas por el Servicio Médico de la empresa, integrado en el departamento de Prevención de Riesgos Laborales. En tiendas se realiza a través de una red de centros asistenciales. Además de la atención medica 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.



## Programa Take Care

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.

En 2018 se puso en marcha nuestro programa de promoción de salud en el trabajo al que hemos llamado Programa Take Care y a través del cual impulsamos acciones para promocionar la salud en los tres ámbitos que recoge la OMS: físico, psíquico y social. Desde este programa, trabajamos acciones orientadas tanto a la modificación de hábitos de salud (mejorar la alimentación, evitar el sedentarismo promocionando el ejercicio físico...) como acciones orientadas a la prevención de enfermedades (campañas de deshabituación tabáquica, prevención del estrés/ mindfulness, cuidado de la piel en verano, prevención cáncer de mama,...).

Durante el año 2019 no se ha reportado ningún caso de enfermedad profesional.

### TAKE CARE

BE HEALTHY. BE MINDFUL & DO IT TOGETHER

#### ACCIDENTES DE TRABAJO (FRECUENCIA Y GRAVEDAD) POR SEXO

	ÍNDICE DE FRECUENCIA	ÍNDICE DE GRAVEDAD	Nº DE ACCIDENTES CON BAJA
♀	6,09	0,15	122
♂	3,13	0,13	16

\*No se tienen en cuenta los accidentes in itinere.    \*\* Índice de frecuencia = (número de accidentes con baja x 1.000.000) / horas trabajadas  
Índice de gravedad = (días de baja x 1.000) / horas trabajadas





## Relaciones laborales: organización del diálogo social

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

- **Garantizamos a todos los colaboradores unas condiciones de trabajo dignas, justas y acordes con el marco legislativo vigente.**
- **No empleamos a nadie que se encuentre por debajo de la edad legal para trabajar, de acuerdo con la política internacional.**
- **Nos aseguramos de que las retribuciones sean justas y adecuadas a cada mercado laboral.**
- **Nuestras relaciones laborales se realizan de forma equitativa, defendiendo los derechos y los principios fundamentales de las personas.**

Disponemos de canales para fomentar la cohesión del equipo y mantener a los colaboradores constantemente informados, a través del Portal del Empleado, en caso de España, 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 colaboradores en los boletines internos de la empresa.

Estos encuentros se organizan en fases sucesivas. Al inicio del proceso, los miembros de cada departamento (central) escogen un representante, mediante votación. La persona elegida recoge las ideas, sugerencias, cambios o mejoras propuestas.

Finalmente, estos representantes se reúnen con dirección para transmitir y debatir las diferentes propuestas. Las conclusiones, cambios y mejoras acordadas se comunican a todos los colaboradores.

En nuestras filiales MANGO, tenemos órganos representativos de los colaboradores en Bélgica (1), Finlandia (1), Francia (7) e Italia (1).

En Francia el diálogo social se lleva a cabo por parte del equipo

ubicado en la oficina local. El diálogo es continuado, se realizan reuniones periódicas con los órganos representativos de los colaboradores a lo largo del año para tratar toda una serie de temas de interés. Además, en caso de que haya alguna cuestión específica a tratar seguimos el procedimiento legal de negociación y consulta establecido por ley.

En Bélgica hay elecciones sociales cada 4 años y 2020 es año electoral. Actualmente no tenemos órgano de representación dado que la delegada sindical fue baja en 2019. Previo a esta fecha se realizaban reuniones periódicas a petición de la delegada sindical y el sindicato al que representaba.

En Italia hay representación en una tienda. Anualmente se hacen visitas de seguimiento. Previo a esa reunión el delegado sindical convoca una asamblea con los colaboradores para tratar los temas que luego se discutirán con la empresa en la reunión. Además, a lo largo del año hay intercambio de información con el sindicato y con el delegado sindical.

En Finlandia hay una delegada sindical. Este órgano está en contacto con el sindicato para asesorar a los colaboradores sobre las cuestiones que puedan surgir.





## Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país

En el grupo Mango actualmente aplican un total de 73 convenios colectivos. Concretamente 38 corresponden a España, diferenciándose por ámbito provincial.

En Alemania, Austria, Bélgica, Croacia, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia. México, Noruega, Países bajos, Portugal, Suecia y Suiza el 100% de empleados están cubiertos por convenio colectivo.

Con respecto al resto de países, las relaciones laborales se desenvuelven de acuerdo con el marco legal definido en la normativa de cada país.

Además, velamos por adecuarnos a la práctica habitual de cada país, mejorando las condiciones establecidas en la ley o convenio colectivo.

Con respecto al ámbito de la seguridad en el trabajo actualmente existe representación sindical específica en el ámbito de prevención de riesgos laborales en Finlandia, Francia e Italia. La definición de estas figuras y responsabilidades están definidas en cada uno de los convenios colectivos.

### Formación

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 2019 hemos continuado reforzando el rol de los líderes con un Plan de Desarrollo Directivo para aquellas promociones a puestos de responsabilidad.

Reconocemos la importancia del 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.



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 colaboradores, situándolos en el centro de la acción.

Los principales proyectos impulsados en 2019 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 colaboradores 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.

**TALLERES DE COHESIÓN DE EQUIPOS Y TEAMBUILDING**

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 4 programas de desarrollo:

**TDP (Talent Development Programme)**

Programa de formación y desarrollo que consta de 6 sesiones en las que se trabajan diferentes habilidades de autoconocimiento, autoliderazgo, liderazgo de equipo con encuentros con áreas claves de negocio. Participan cada año 40 personas.

**Mentoring Programme**

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 interpersonales.

**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.

**Digital Leadership Program**

El objetivo de este programa es trabajar el cambio cultural (Mindset) en este momento de Transformación Digital. Se focaliza en la persona como promotor del cambio, la tecnología como herramienta indispensable y el acompañamiento personalizado. Cada participante trabaja un reto profesional con impacto en negocio durante este periodo.





## NUEVAS INICIATIVAS FORMATIVAS

### DIGITAL AND INNOVATION

Con la Transformación Digital como uno de nuestros objetivos estratégicos, ponemos al alcance del empleado herramientas para ayudarle a adoptar este nuevo mindset digital. Estos programas se centran en la persona como promotora del cambio, con la tecnología como herramienta indispensable y con un enfoque creativo para llegar más allá en tu día a día.

Píldoras como Design thinking para la resolución creativa de tus retos, Mind Mapping: aprende a organizar tus ideas y trabajo de forma eficaz, hablar en público mediante realidad virtual.

### 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 colaboradores 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.



## Horas de formación

### CATEGORIA

ADMINISTRATIVOS 4.119 hrs.

DEPENDIENTES Y OPERARIOS 63.188 hrs.

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS 14.952 hrs.

INFORMÁTICOS 955 hrs.

TOTAL GENERAL 83.214 hrs.

\*A excepción de las formaciones en materia de prevención de riesgos y área retail, se ha hecho una estimación del reparto de horas de formación por categorías en base al promedio de plantilla.





## 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.

### ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

A partir de la evaluación de riesgos se derivan las recomendaciones necesarias para adaptar el puesto a cada una de las personas con necesidades especiales.

De acuerdo con las recomendaciones se llevan a cabo las medidas preventivas/correctivas propuestas.

Además, para facilitar el acceso a todos nuestros clientes, cuando hay una nueva apertura se analizan los requerimientos de proyecto / local en cuanto a personas con movilidad reducida, teniendo en cuenta el país y normativa a seguir. Esas necesidades se transmiten al departamento de Interiorismo para que pueda diseñar la tienda incluyendo esos requisitos, posteriormente se valida a través del arquitecto local de cada país y se ejecutan los trabajos de acuerdo con toda esa información.





## IGUALDAD - UN ENTORNO DIVERSO E INCLUSIVO

## Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres. Planes de igualdad. Protocolos contra el acoso sexual y por razón de género.

La igualdad de trato en todos los ámbitos de aplicación, así como la no discriminación es uno de nuestros principios de negocio responsable.

Nuestra organización se caracteriza por la diversidad cultural fruto de la internacionalización de nuestro negocio. La igualdad de trato y oportunidades es un compromiso inherente en la gestión de las personas. 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.

Garantizamos la igualdad de trato y oportunidades a colaboradores, clientes y proveedores, rechazando cualquier tipo de discriminación, directa o indirecta, independientemente de la edad, género, raza, color, religión, orientación sexual, condición social, estado civil, nacionalidad, opinión política o responsabilidades familiares.

En 2019 se han cumplido 11 años 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 207 personas. De ellas, un 71'98% de colectivos

vulnerables—discapacidad y riesgo de exclusión—y un 38'25% son de especial dificultad. Por tipología, un 30,88% son personas con alguna discapacidad psíquica o trastorno mental diagnosticado, un 49,66% tienen discapacidades físicas o sensoriales y un 19,46% se encuentran en riesgo de exclusión social.

Durante la concatenación de las campañas de Navidad y rebajas, los puestos de trabajo creados aumentaron hasta un total de 318 personas. La preparación de los pedidos de e-commerce que enviamos a todo el mundo es la actividad que realizan. La experiencia que han adquirido ha servido para que un total de 12 personas se hayan incorporado al mercado laboral ordinario.

Tenemos vigente desde el año 2014 un plan de Igualdad donde declaramos el compromiso de establecer y desarrollar políticas encaminadas a la igualdad entre mujeres y hombres. Concretamente nuestro plan se divide en los siguientes puntos:

- Compromiso de la Empresa
- Ámbito y vigencia
- Código Ético
- Convenios con organizaciones públicas en materia de igualdad.
- Objetivos específicos.
- Comisión de Seguimiento
- Protocolos Internos
- Anexos con los datos para el diagnóstico de situación

Como ya se ha mencionado, nuestra organización mantiene el compromiso de trabajar en un nuevo y ambicioso Plan de Igualdad para continuar impulsando y fomentando las medidas necesarias para conseguir la igualdad real y plena de las personas trabajadoras.





Plantilla y plantilla media por país

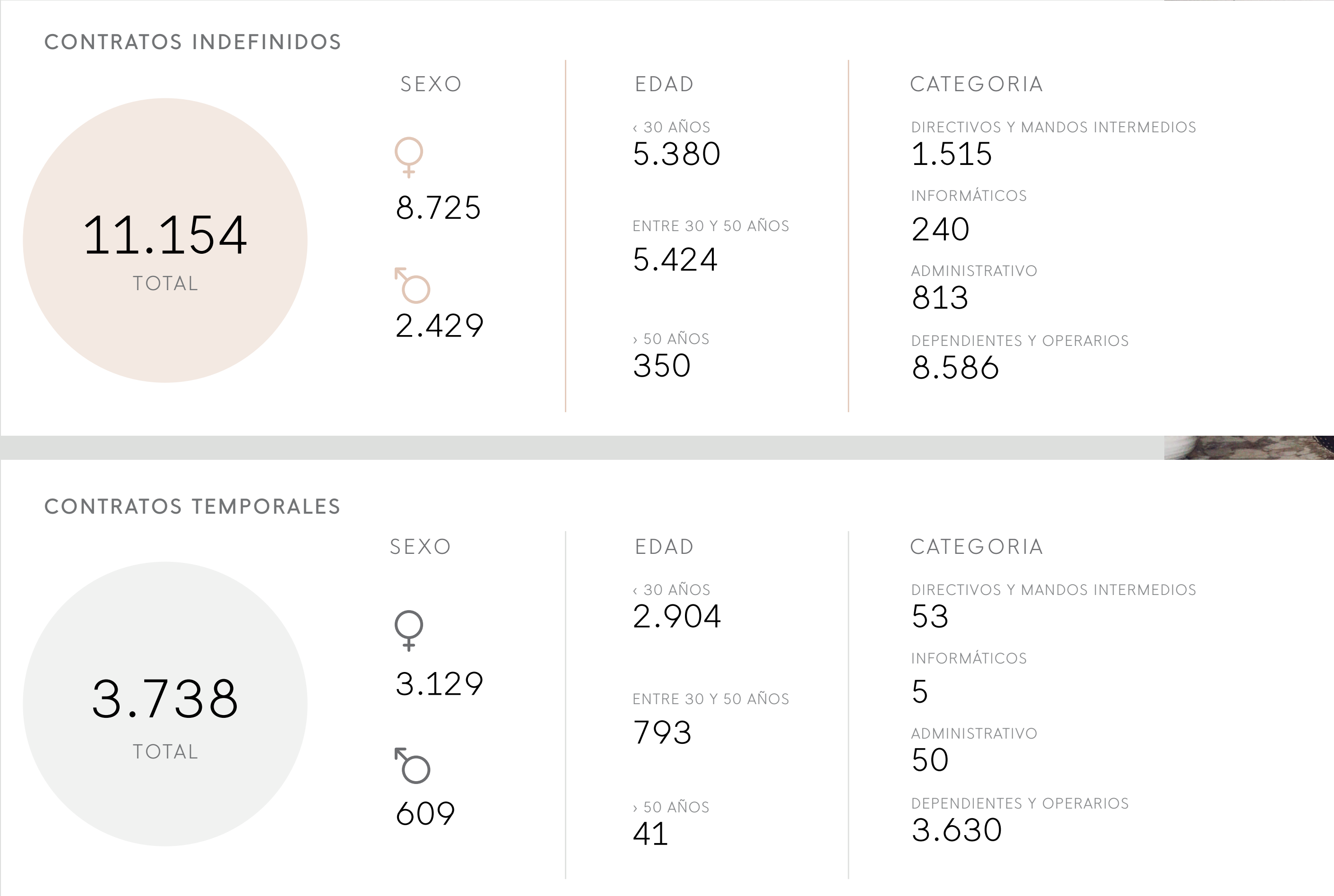
PAÍS	PLANTILLA MEDIA	PLANTILLA (a cierre)
ALEMANIA	1.140	1.134
ANDORRA	41	42
AUSTRIA	140	138
BÉLGICA	148	148
BULGARIA	35	34
CHINA	100	81
COREA DEL SUR	20	21
CROACIA	132	135
DINAMARCA	23	26
ESTADOS UNIDOS	35	34
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	4	3
ESLOVAQUIA	22	23
ESPAÑA	5.759	5.803
FINLANDIA	76	80
FRANCIA	1.968	1.956
GRECIA	99	90
HOLANDA	260	249
HONG KONG	16	9
HUNGRÍA	63	62

PAÍS	PLANTILLA MEDIA	PLANTILLA (a cierre)
IRLANDA	89	102
ITALIA	402	419
LUXEMBURGO	13	13
MARRUECOS	1	0
MÉXICO	23	22
NORUEGA	36	29
POLONIA	214	223
PORTUGAL	471	480
REINO UNIDO	523	567
REPÚBLICA CHECA	113	132
RUMANÍA	113	147
RUSIA	859	903
SINGAPUR	39	59
SUECIA	74	69
SUIZA	145	147
TURQUÍA	1.374	1.406
UCRANIA	106	106
TOTAL GENERAL	14.674	14.892



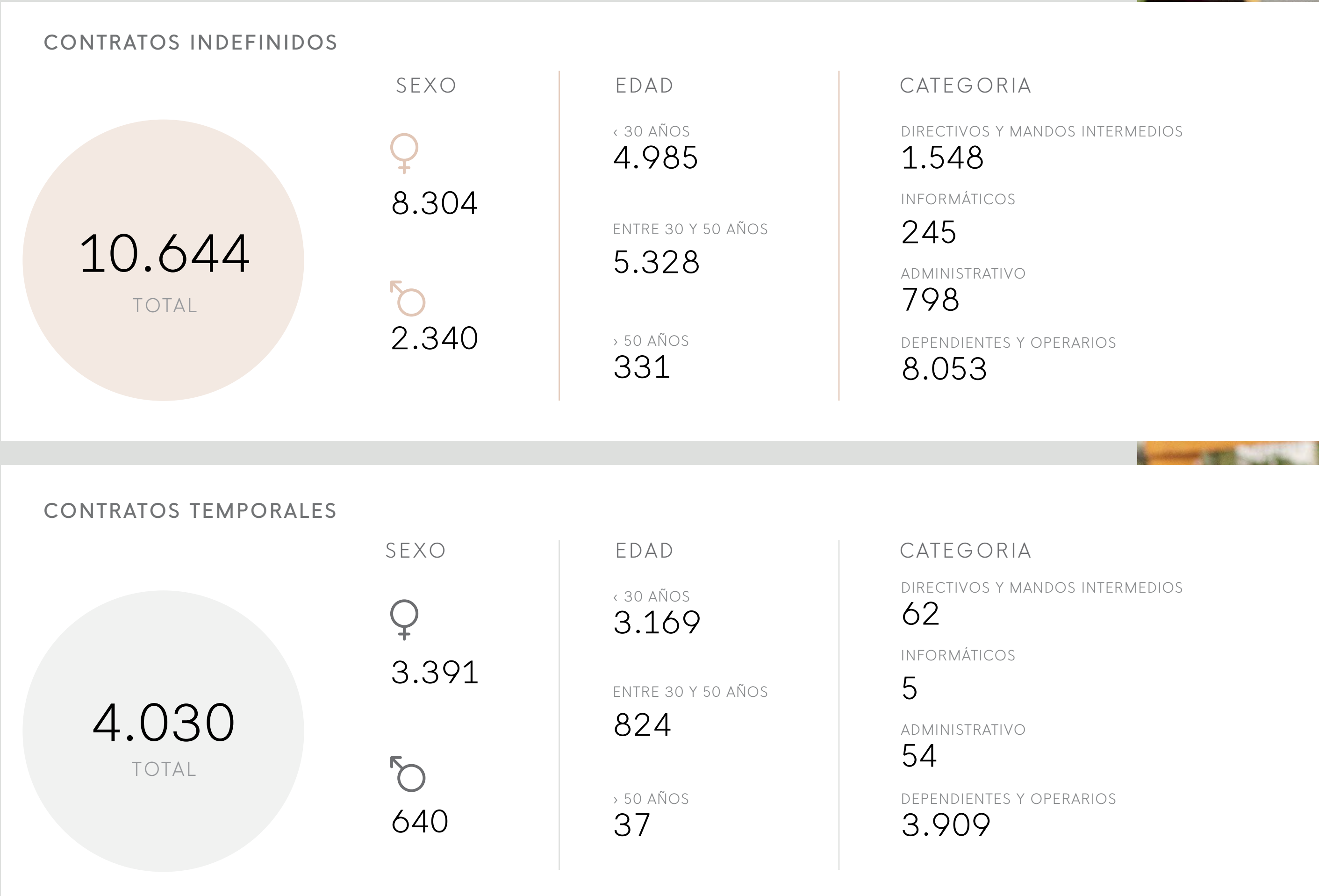


Desglose de plantilla a 30.12.2019 por tipología de contrato, sexo, edad y categoría profesional



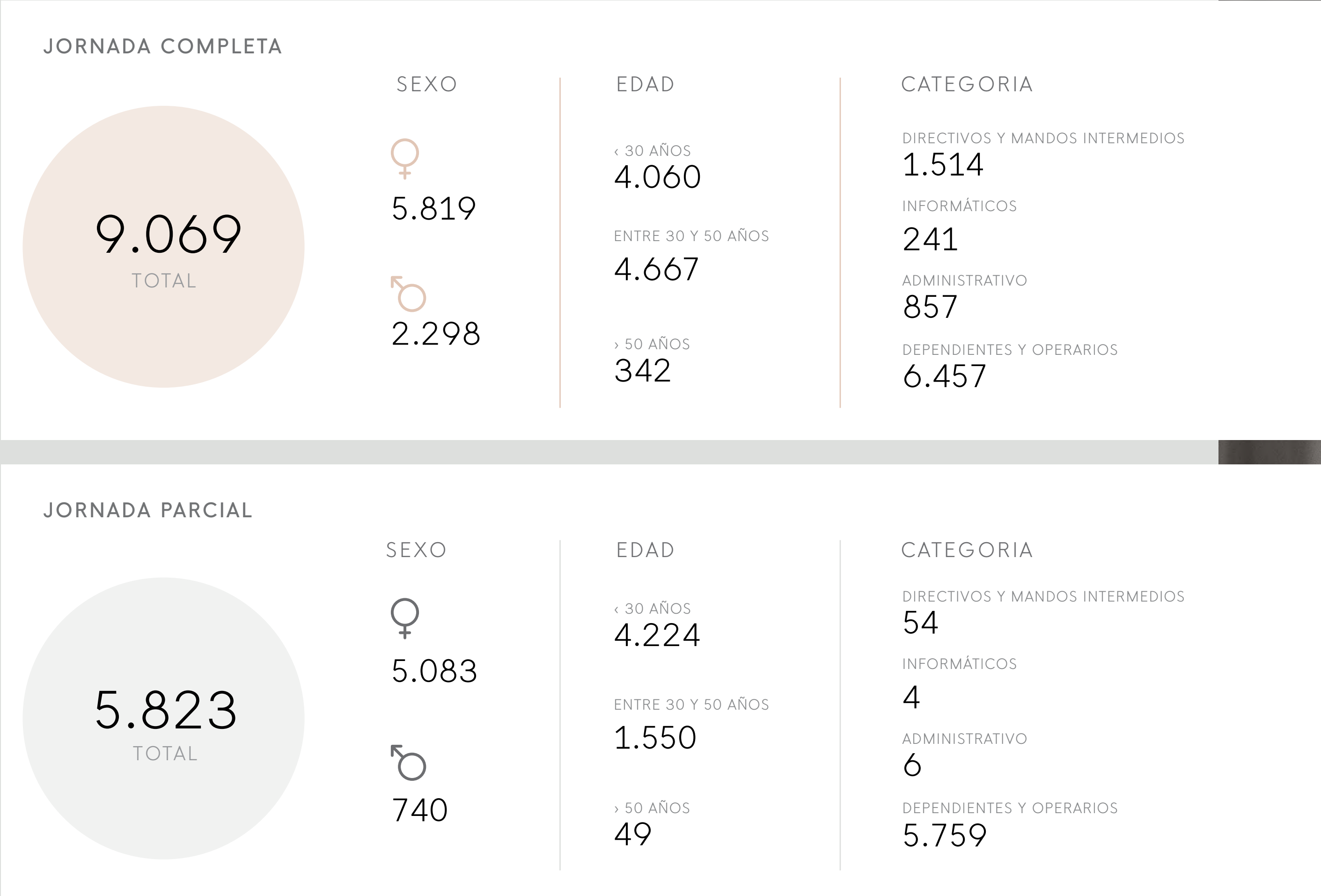


Promedio anual de plantilla por tipología de contrato, sexo, edad y categoría profesional



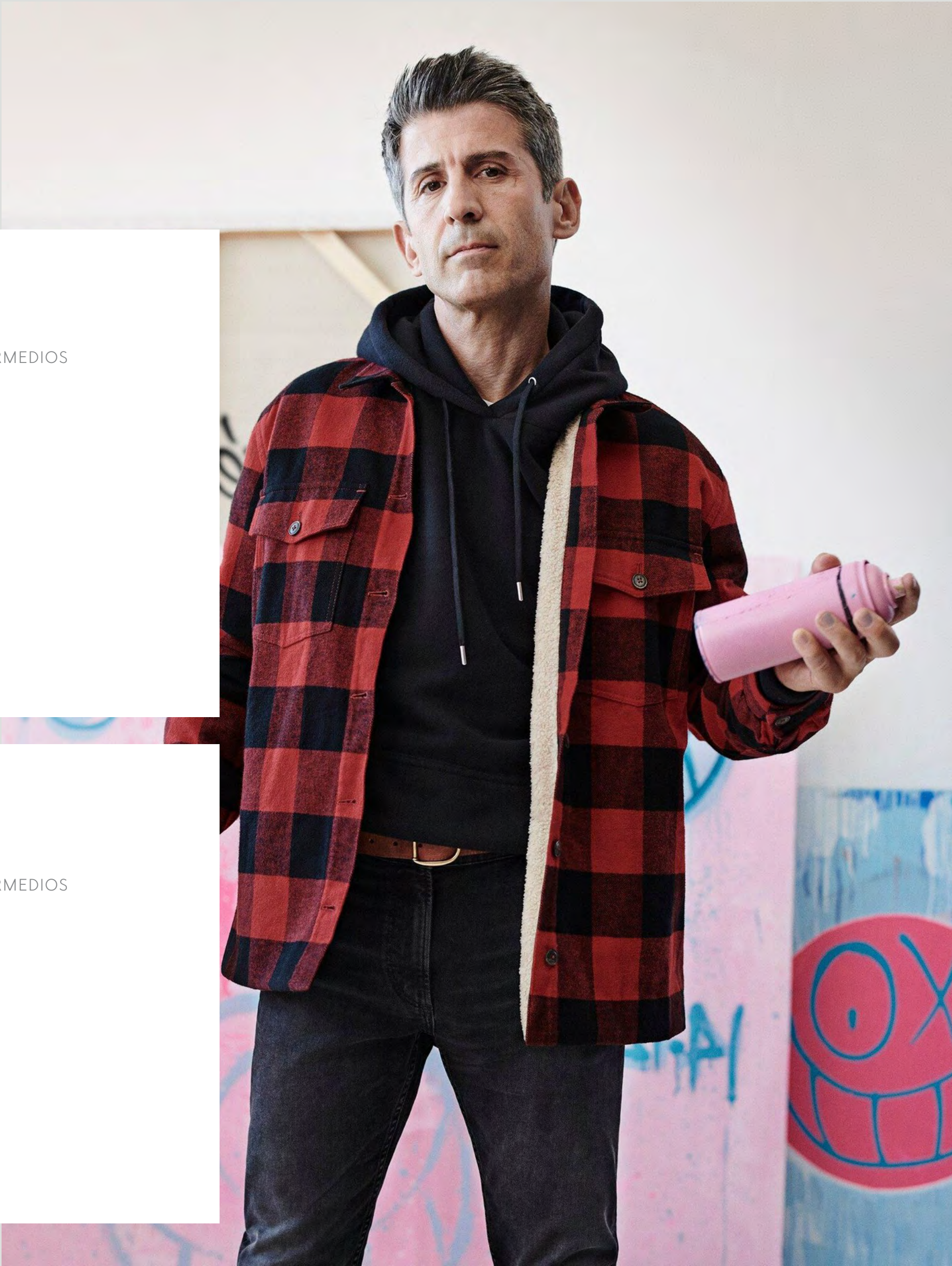
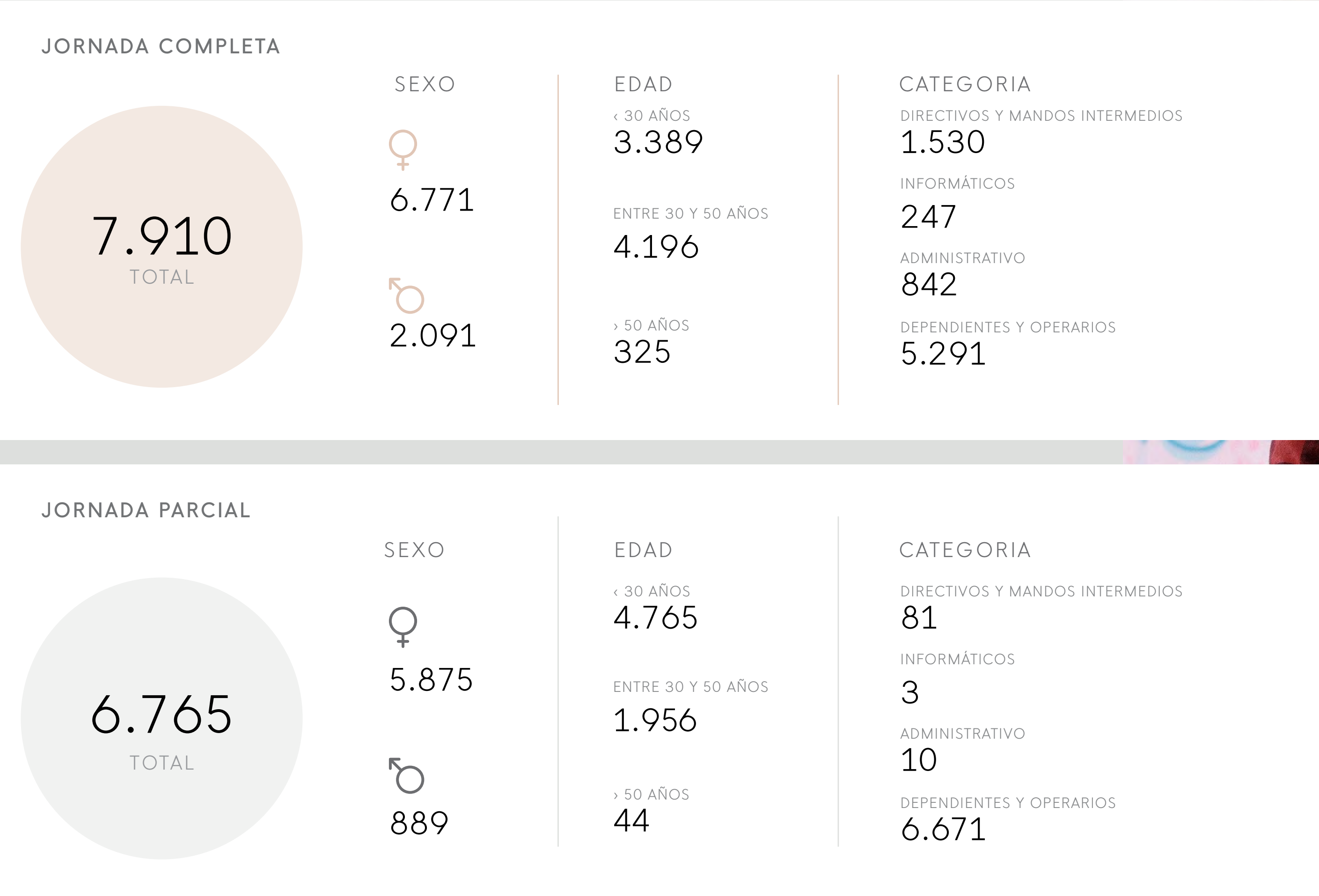


Desglose de plantilla a 30.12.2019 por tipología de jornada, sexo, edad y categoría profesional





Promedio anual de plantilla por tipología de jornada, sexo, edad y categoría profesional





# Derechos humanos y cadena de suministro

## Gestión eficiente y sistemas de producción

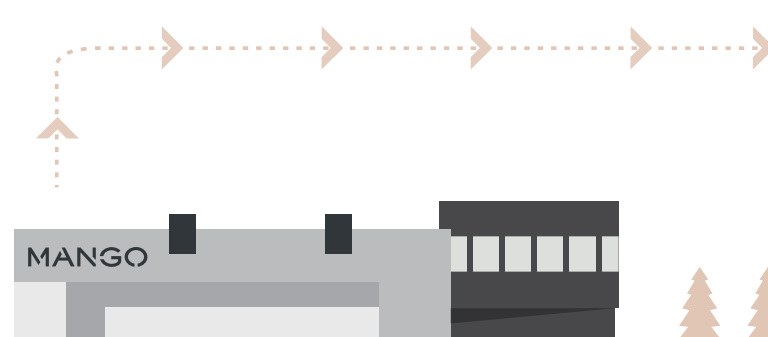
MANGO trabaja con dos modelos de sistemas de producción en su cadena de suministro:

### 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

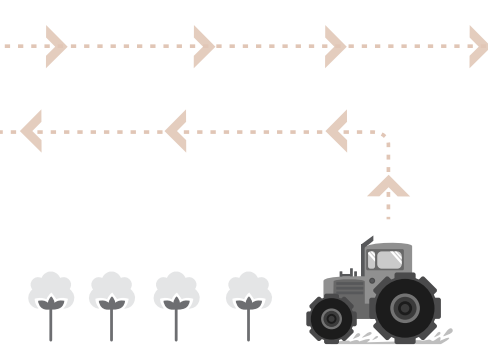


MANGO se encarga del diseño del producto

**MANGO**  
COMPRA  
MATERIAS PRIMAS



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

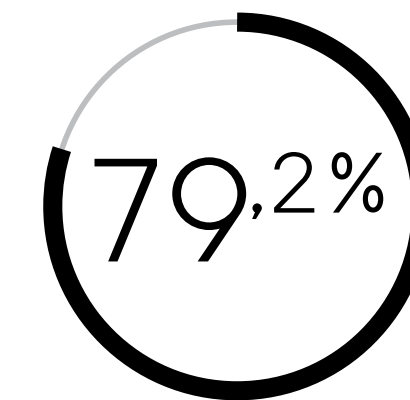


**PROVEEDOR**  
CONFECCIÓN  
DE LAS PRENDAS

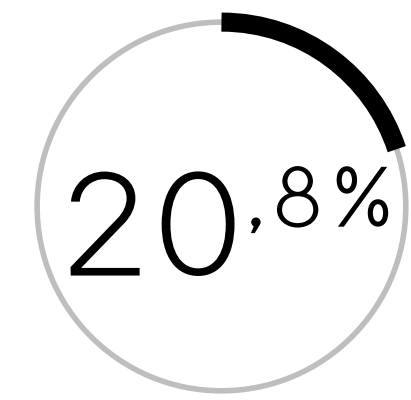


Posteriormente son enviadas a los proveedores para su confección.

## 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.



## 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.





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

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



529

PROVEEDORES  
DE PRENDAS Y  
COMPLEMENTOS



411

PROVEEDORES  
DE PRENDA



118

PROVEEDORES  
DE COMPLEMENTOS



137

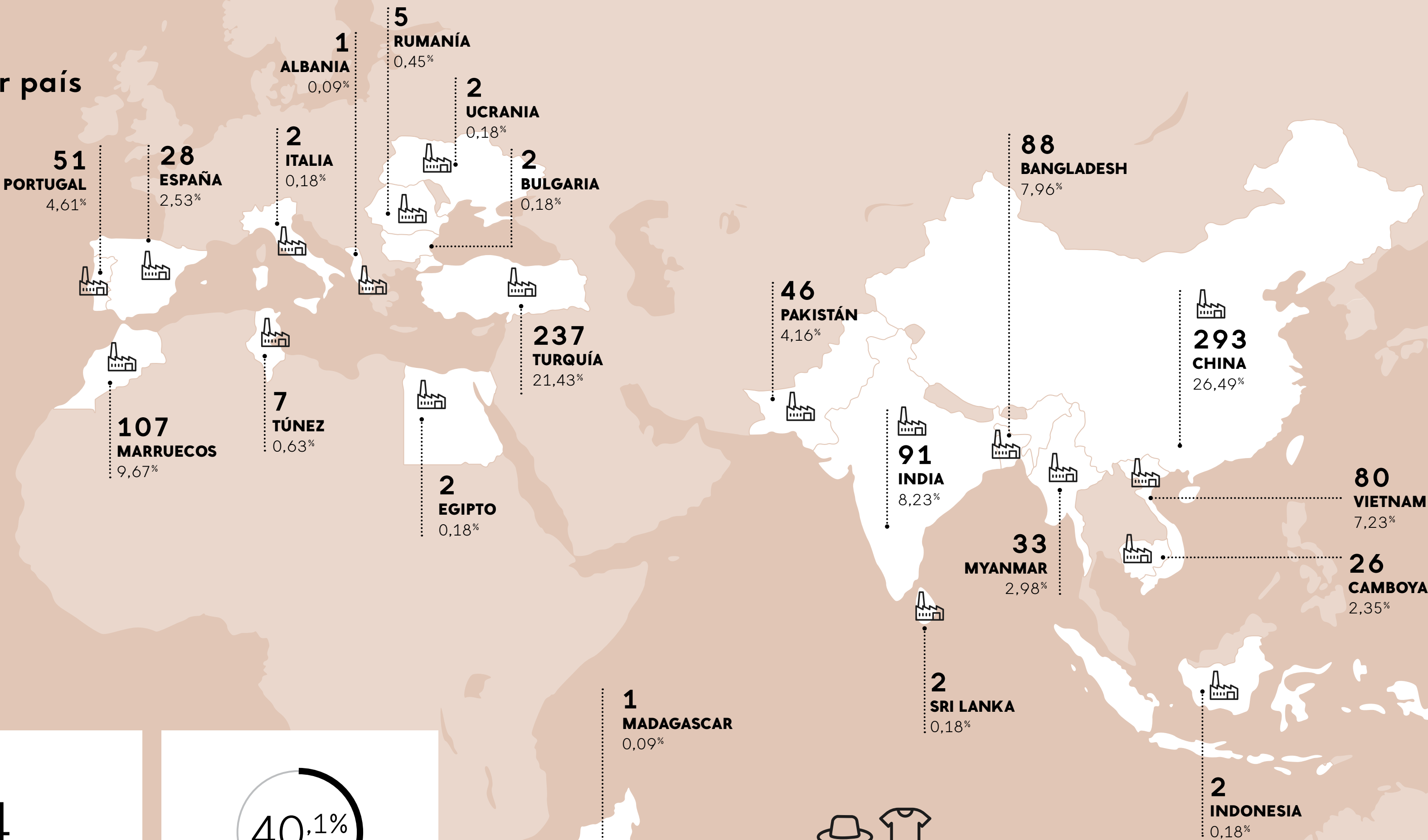
NUEVOS  
PROVEEDORES



### Fábricas de producción por país

Si consideramos el volumen de producción, el principal mercado proveedor sigue siendo Asia, mayoritariamente China, seguido de Turquía y Marruecos, 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.



1.106

FÁBRICAS UTILIZADAS

444

FÁBRICAS DE PROXIMIDAD

40,1%

PRODUCCIÓN EN PROXIMIDAD

158.326.643

PRENDAS Y COMPLEMENTOS FABRICADOS PARA MANGO



## Proveedores alineados con nuestros compromisos

Una de nuestras responsabilidades en MANGO es el compromiso de garantizar el respeto a la protección de los derechos humanos dentro de nuestro ámbito de influencia. Es la base para trabajar alineados con los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos y el Principio 1 del Pacto Mundial.



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 Performance & 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 colaboradores 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 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).



# 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 colaboradores 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 colaboradores.

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 colaboradores que la realizan.

## 4. LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

Los fabricantes respetarán el derecho de sus colaboradores 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 auditorias se podrán realizar de forma programada o sin previo aviso.

### ACEPTACIÓN Y COMPROMISO POR PARTE DE LOS FABRICANTES

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

### VERIFICACIÓN

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



Canal de denuncias en relación  
a este Código de Conducta:  
[lg\\_rsc@MANGO.com](mailto:lg_rsc@MANGO.com)








## 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 colaboradores 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 forzosos 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





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

2017

ADHESIÓN  
A AMFORI

Sedex

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.



### Auditorías sociales por país

El área de Social Compliance del departamento de Responsabilidad Social Corporativa, se encarga de verificar y comprobar que todos nuestros centros de producción disponen de una auditoría social que cumple con el Código de Conducta de MANGO.

En el caso de que la fábrica no disponga de un certificado previo aceptado por MANGO, se lanza el procedimiento de auditorías a través de auditores externos. Estas auditorías externas 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 273 auditorías sociales, 97 dentro del marco BSCI o SMETA y 176 según el Código Conducta de MANGO.





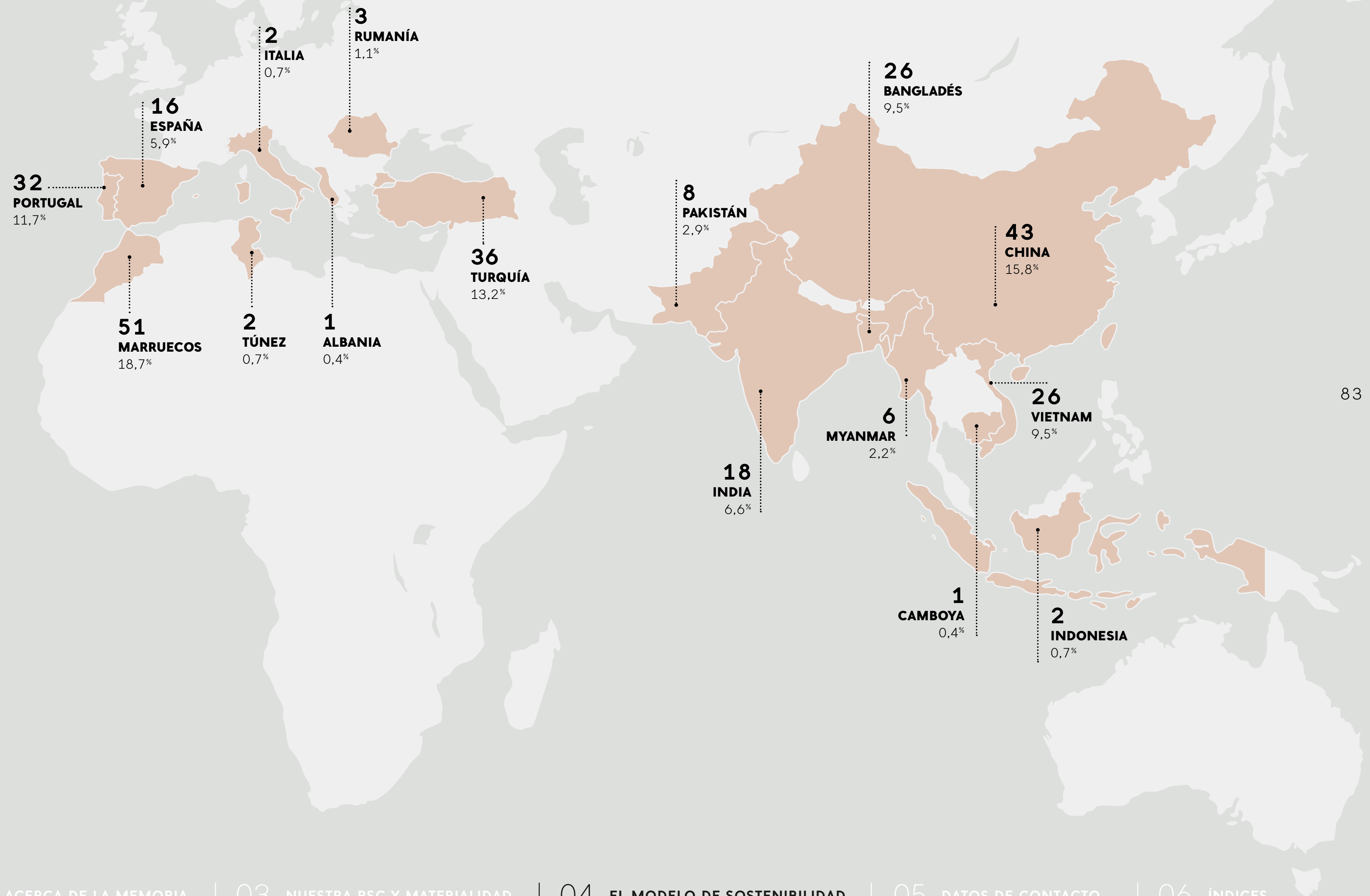


Auditorías sociales por país

273  
AUDITORÍAS SOCIALES

226  
AUDITORÍAS INICIALES

47  
AUDITORÍAS DE MANTENIMIENTO Y SEGUIMIENTO DE PLANES CORRECTIVOS





## 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, como calificación más alta, hasta la E, calificación más baja, en función de las no conformidades encontradas de acuerdo con el Código de Conducta de MANGO. El departamento de Calidad de MANGO, facilitando así la homologación de fábricas desde los diferentes aspectos. Al cierre de 2019, el 91% de las fábricas de la producción MANGO estaban ya calificadas según este criterio.

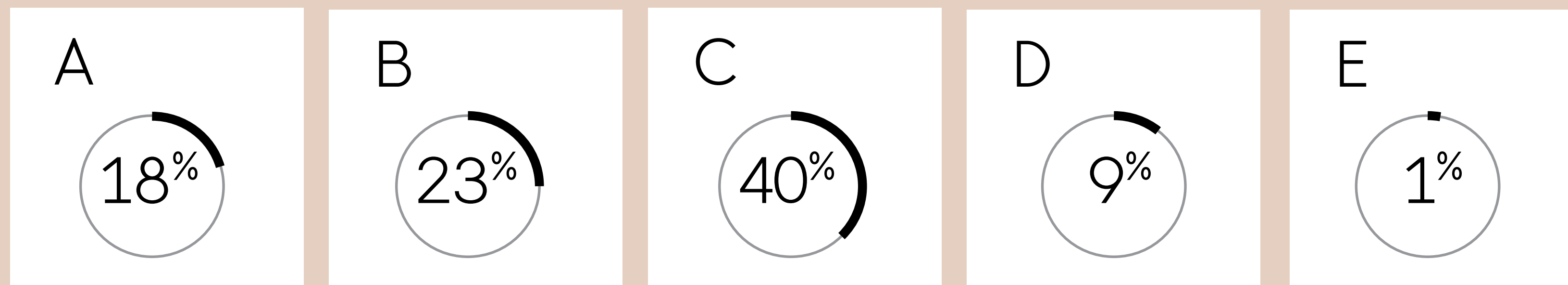
En el caso de que se detecte un incumplimiento del Código de Conducta se concreta un plan de acción correctivo y un calendario que determinará la posterior revisión en las auditorías de seguimiento de las no conformidades. Estos planes recogen el compromiso de mejora por parte de los proveedores para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

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

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.

## CALIFICACIÓN SEGÚN RESULTADO DE AUDITORÍA SOCIAL



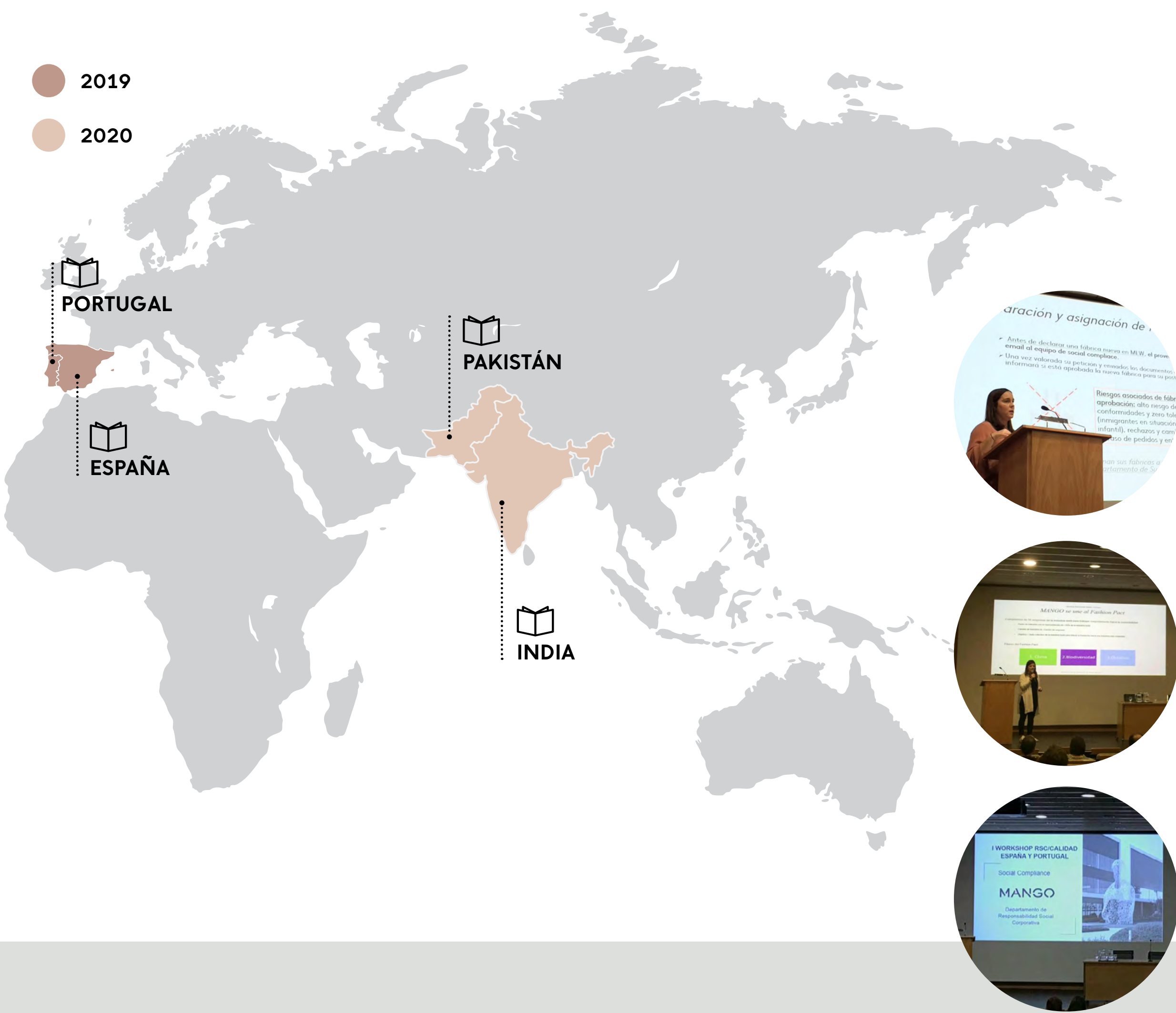


## Formación a proveedores

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

El objetivo principal es la creación de capacidades (*capacity building*) para mejorar las condiciones laborales y sensibilizar en aspectos relacionados con los derechos humanos en la cadena de valor y en 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 India y Pakistán. 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.





## Trazabilidad de la cadena de suministro

Año tras año seguimos mejorando nuestras herramientas internas de gestión en relación con 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.





## 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 en 2018 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 colaboradores 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 DE TRANSICIÓN DE BANGLADÉS

Seis años después de la creación del Acuerdo sobre Seguridad contra Incendios y Construcción en Bangladés, se ha logrado un progreso significativo hacia una industria de la confección más segura y saludable en Bangladés. Ahora con el Acuerdo de transición el objetivo es mantener este progreso y seguir avanzando.

### EN EL ÚLTIMO AÑO, LAS FÁBRICAS DE MANGO INSPECCIONADAS POR LOS EXPERTOS DEL ACUERDO DE BANGLADÉS, REFLEJAN UN PROMEDIO DE CORRECCIÓN DEL 97%.



### 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 facilita 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 Bangladés (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 colaboradores y gerentes. Mediante estas actividades de sensibilización se promueve la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y niñas.





# 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.

Las relaciones con terceros, ya sean entidades públicas, privadas o personas físicas, son siempre gestionadas de manera independiente, transparente y libre de cualquier situación de soborno o corrupción (blanqueo de capital, situaciones de conflicto de intereses, etc). Cualquier incumplimiento en este sentido se puede comunicar a través del canal de denuncias siguiendo el procedimiento marcado en el Código Ético y de Conductas Responsables de la compañía.

Para prevenir cualquier situación que se desvíe del marco general del buen gobierno de la compañía en cualquiera de sus relaciones profesionales, ya sean internas como en relación a colaboradores externos, está establecida una estructura organizativa de varios comités que supervisan en todo momento que las políticas y procedimientos se desarrollen dentro del marco del Código Ético y Conductas Responsables de la compañía.

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 Control Interno y Riesgos 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.



# Sociedad y clientes

## 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 y seguridad de obligado cumplimiento por parte de nuestros proveedores para garantizar que nuestros productos no son perjudiciales.

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. Asimismo, se aplican los correspondientes parámetros legales regulados para la seguridad de las colecciones infantiles.

En este sentido, desde 2001 tenemos implantado un sistema de control 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 sustancias químicas y seguridad 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 sustancias químicas y ensayos de seguridad infantil que son de aplicación.

.





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-aminozobenzene)
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
Formaldehido	16 ppm	Todos los productos textiles y de piel para bebés	5 ppm	Textiles: JIS L1041: 2000/ EN ISO 14184-1:2011 Leather: ISO 17226-1
	75 ppm	Todos los productos textiles y de piel, en contacto directo con la piel		
	300 ppm	Todos los productos textiles y de piel que no están en contacto con la piel		
Plomo	5 ppm	Productos textiles excluyendo piel sintética	1.0 ppm	EN 1122-2001/ Acid Digestion followed by ICP analysis. (Total)
	90 ppm	Piel sintética, piel natural y metales		
Mercurio	No detectado (0.006 ppm)	Todos los productos	0.006 ppm	ISO 105-E04 acid perspiration extraction & ICP analysis. (Extractable)
Níquel	No detectaco (0.2 µg/cm² week)	Metales que puedan introducirse en el cuerpo humano	0.2 µg/cm²/week	UNE-EN 12472:2006 + A1: 2010    UNE-EN 1811:2011 + A1 :2015    UNE-EN 16128:2011
	0.5 µg/cm²/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/m² 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-TS 16181, TS 16181 EN 14372 UNE-EN ISO 14389:2014 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.



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. 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.

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)



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 2019
Arilaminas	3
Cadmio	3
Compuestos fenólicos	22
Compuestos organoestánicos	5
Ftalatos	4
Formaldehído	7
Hidrocarburos policíclicos aromáticos	1
Níquel	1
Plomo	14

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.





## Cientes

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 es 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.





### 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.

Esta iniciativa nos permite entender mejor la calidad de experiencia de compra de nuestros clientes. Basándonos en la información captada en las encuestas de satisfacción respondidas por nuestros clientes, podemos diseñar y/o priorizar iniciativas de diversa índole, con el objetivo de mejorar constantemente su experiencia de compra, tanto en tienda física como en online.

Durante 2019, de la mano del lanzamiento del programa de fidelización en Francia se ha implementado también Voz del Cliente en este país. El objetivo de la compañía es ir extendiéndolo a otros países.

### 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 o tiene descargada la App, 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 2019 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.

De cara a 2020 seguiremos expandiendo el Ticket digital a más mercados con el objetivo de facilitar el acceso a la información de las compras de nuestros clientes, así como para poder prescindir de los tickets en papel en todas las transacciones.

### MANGO likes you

En el primer semestre de 2019 se puso 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, por ejemplo si trae prendas para reciclar a nuestras tiendas.

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.

### CLICK&COLLECT

Los clientes que compren online y seleccionan recogida en tienda recibirán, siempre y cuando la tienda seleccionada disponga de stock, un aviso para recoger su pedido ese mismo día en dicha tienda. 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 2019 en España, Irlanda, Portugal, Holanda Hungría, Croacia y Francia.



### 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.

### CUSTOMIZACIÓN DE PRENDAS

Nuestros clientes ya pueden personalizar camisas, polos, chaquetas o americanas así como diferentes accesorios de la colección MANGO Man eligiendo entre bordados de iniciales e iconos. Pueden elegir entre distintas tipografías y un extenso catálogo de iconos para customizar la prenda y convertirla en única y especial.

Actualmente el espacio de ‘Personalización’ ya está disponible en tiendas de varias ciudades de España como Barcelona, Madrid, Málaga, San Sebastián, Sevilla y Valencia y en online en varios países como España, Italia, Francia, Reino Unido, Países Bajos y Portugal.



### 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.

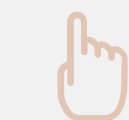
El probador digital consiste en una pantalla táctil instalada en el espejo de los probadores. Funciona al escanear el código de barras de los productos y tiene tres funciones principales sin salir del probador:



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.



## YOUR CHOICES MAKE US: CO-CREACIÓN

MANGO también apuesta por la co-creación con sus clientes. Nuestros seguidores de Instagram, que ya suman más de once millones de personas, han podido participar en la creación de la colección Primavera-Verano 2020. A través de esta iniciativa queremos que nuestros clientes participen en la toma de decisiones con respecto a los diseños y nos ayuden a seleccionar qué productos estarán disponibles en nuestras tiendas.

## 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.





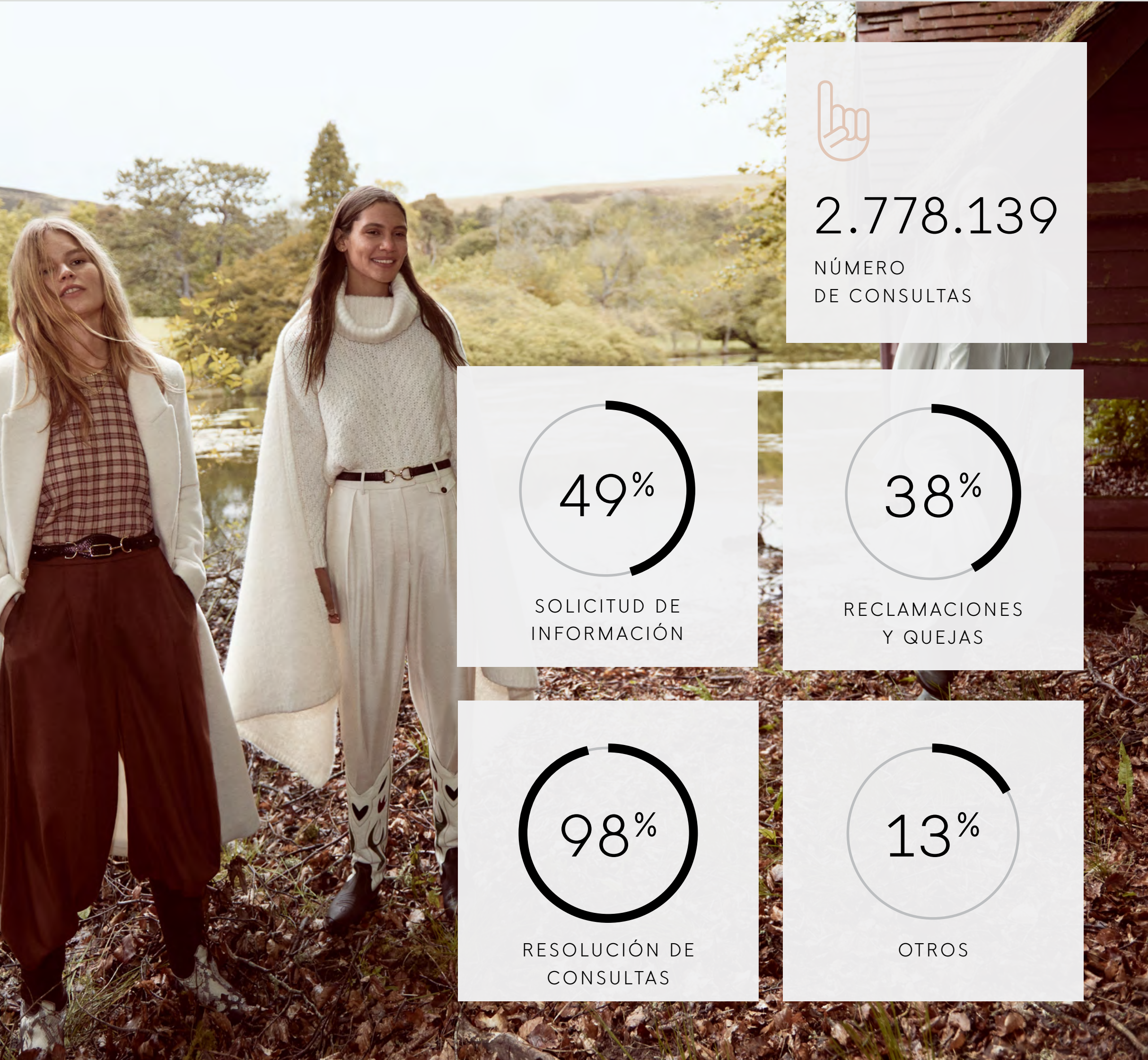
## La atención al cliente: una prioridad para MANGO

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.

Los equipos de atención al cliente son los únicos interlocutores directos con el cliente para la gestión de las consultas realizadas. En el caso de reclamaciones, quejas o felicitaciones las hacen llegar a los departamentos implicados para que sean conocedores de las mismas. En el caso de que soliciten información con detalles específicos, los equipos de atención al cliente contactan con los departamentos correspondientes dentro de la compañía para que puedan facilitarles información más concreta que satisfaga la consulta del cliente.





## 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.





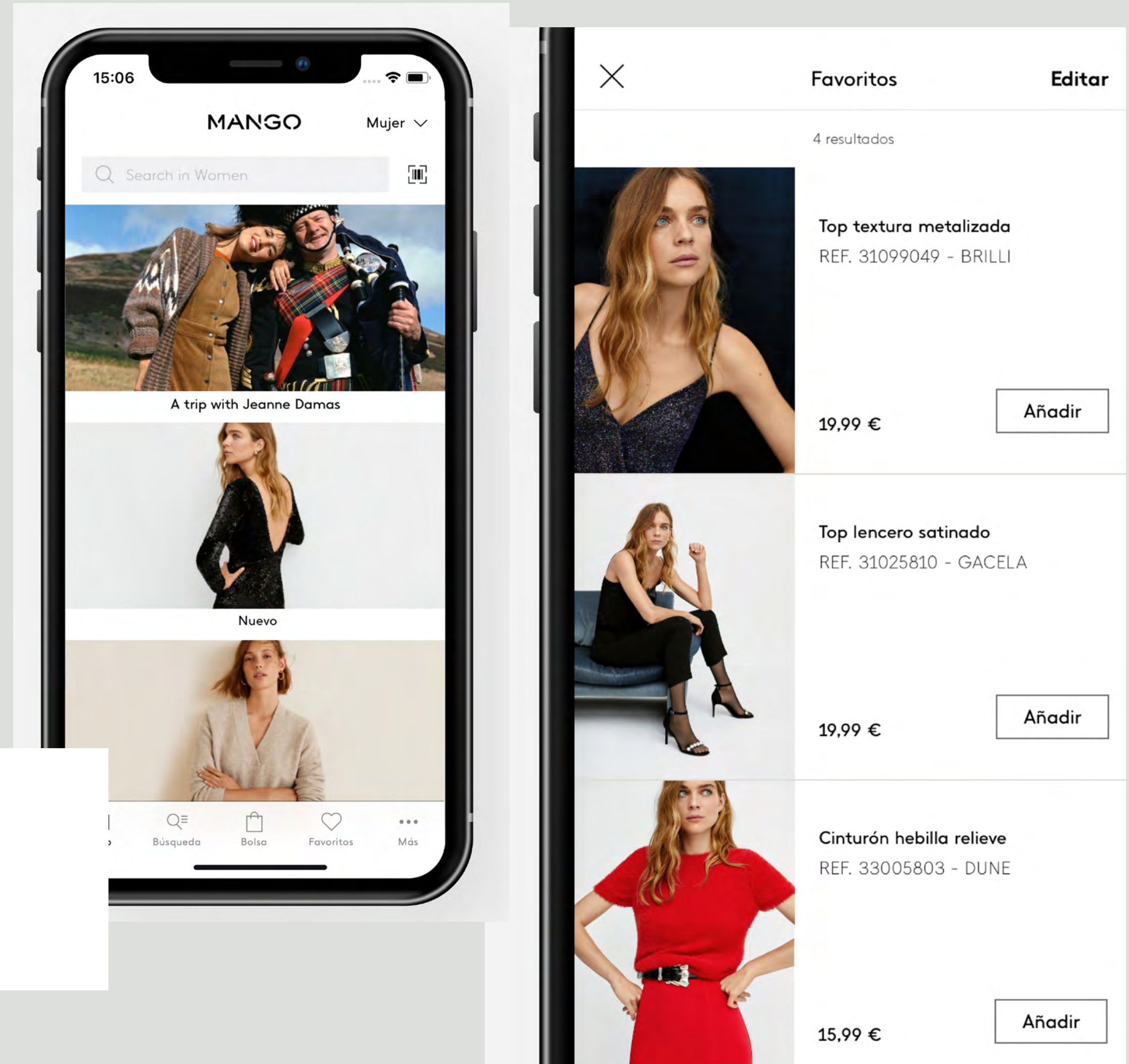
## El e-commerce sigue creciendo y afianzando la transformación digital

En 2019 ha continuado un año más la tendencia de crecimiento, consolidando así la transformación digital mediante el e-commerce, con unas ventas online que copan casi una de cada 4 ventas de la compañía (el 23%) con un crecimiento en 2019 del 24% sobre 2018. Estos buenos resultados afianzan aún más a MANGO como empresa de referencia en el canal digital.

El crecimiento este año ha venido originado por el aumento de todos los KPI's del e-commerce: más visitas a la web, mejoras en los ratios de conversión de todos los dispositivos, así como un altísimo crecimiento de la App de MANGO tanto en descargas como en uso, que la convierte en unos de los principales canales digitales de tráfico y canal de venta.

En 2019 igualmente, destacamos la apertura de un nuevo mercado internacional de e-commerce, Ucrania, que refuerza la omnicanalidad en un mercado donde la marca cuenta con un gran número de clientas fieles, ofreciendo una experiencia de compra online totalmente localizada al mercado. Esta apertura marca la línea hacia uno de los focos de la compañía, asegurar la experiencia omnicanal en todos mercados donde estamos presentes.

23%  
VENTAS ONLINE





# Campañas

## La nueva campaña Otoño/Invierno 2019 de MANGO

La campaña mixta “Shared Moments” dio continuidad al concepto de *togetherness* presente en anteriores comunicaciones y que acentúa el espíritu de comunidad de la marca. Glen Luchford capturaba el mensaje a través de un vídeo e imágenes en las que se ensalza la intimidad y la naturalidad de los momentos compartidos por Anna Ewers, Rebecca Leigh Longendyke, Kaya Wilkins, Mathias Lauridsen y Hugo Sauzay, imprimiendo carácter a una historia de ambientación invernal en la que los paisajes de Escocia sirvieron de escenario.



## #BEanICON

En la campaña #BEanICON MANGO colaboró con seis personajes del ámbito de la moda y la cultura destacados por su estilo propio para poner en valor que a la hora de vestir la personalidad es la mejor tendencia. Un manifiesto de la marca que invita a definir el propio estilo mediante sus colecciones en una moda global y sin límite.

El fotógrafo Dan Martensen se encargó de capturar momentos íntimos con Jeanne Damas, Veronika Heilbrunner, Pernille Teisbaek, André Saraiva, Justin O’Shea y Shuhei Nishiguchi en las ciudades de Londres, Tokio, Copenhague y París.





## 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 y la tarjeta Regalo Omnicanal en España, de aplicación tanto en tienda física como en online.



## Sociedad

### Contribuimos a generar un impacto positivo en la sociedad a través de nuestra acción social

Desde la Acción Social de MANGO básicamente se intenta apoyar a entidades (fundaciones, oenegés, asociaciones) que se dedican al ámbito social y al de la cooperación y cuyo compromiso está en línea con nuestros valores.

Nuestra forma de trabajar con estas entidades se caracteriza fundamentalmente por hacer un seguimiento personalizado y muy cercano que nos permita asegurar la trazabilidad completa de cada proyecto y asegurar su gestión transparente.

Nuestra colaboración se centra en los siguientes focos de actuación:

- Financiación de infraestructuras relacionadas directamente con proyectos en el ámbito de la familia, la salud y la educación.
- Integración a través de la formación
- Asistencia social y sanitaria
- Investigación Médica
- Emergencia humanitaria





## Colaboración económicas

### FUNDACIÓN FERO

(Fundació d'Estudis i Recerca Oncològica)

MANGO participa en la creación de un programa científico de biología computacional (COMBIO). Se trata de una nueva instalación básica en biología computacional para complementar y apoyar a los grupos de investigación del Instituto de investigación translacional del Vall d'Hebrón Instituto de Oncología (VHIO). Barcelona.

### ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER AECC

MANGO financia una beca dada por la asociación, en este caso en el proyecto de investigación de Miguel Segura (Fundación Hospital Universitario Vall d'Hebrón Instituto de Recerca VHIR, Barcelona) que explora un nuevo mecanismo para atacar un tipo de cáncer pediátrico -el neuroblastoma- usando una vía que funciona en adultos. Barcelona, España.

### FUNDACIÓN VICENTE FERRER

MANGO continua en la tercera fase del proyecto de un centro de producción y formación en artesanía textil para 80 mujeres con discapacidad en Anantapur, India.

### FUNDACIÓN JOSEP CARRERAS CONTRA LA LEUCEMIA

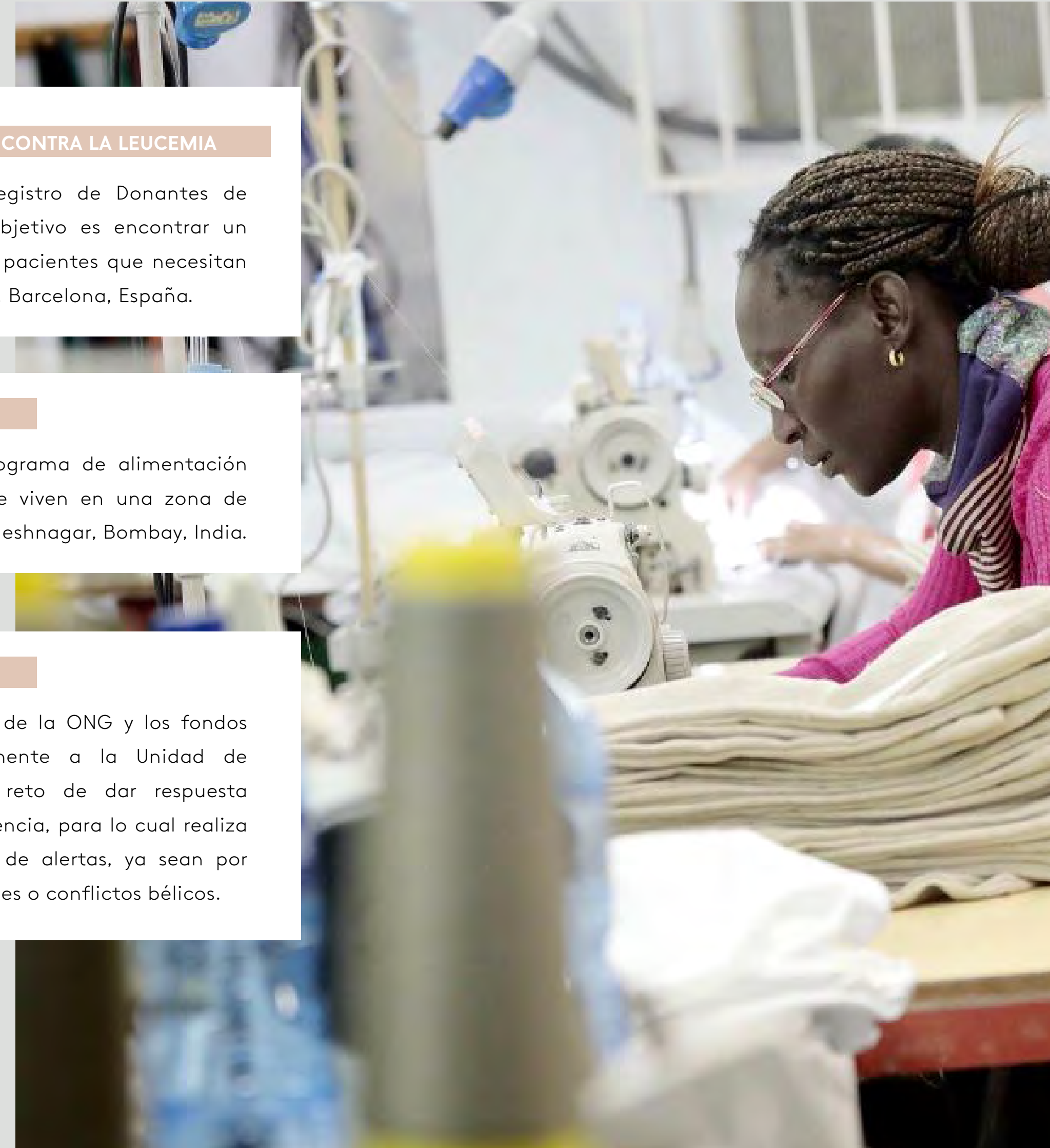
MANGO colabora con su Registro de Donantes de Médula Ósea (REDMO). El objetivo es encontrar un donante compatible para los pacientes que necesitan un trasplante de médula ósea. Barcelona, España.

### FUNDACIÓN VITA MUNDI

MANGO colabora con un programa de alimentación destinado a las personas que viven en una zona de chabolas permanentes en Ganeshnagar, Bombay, India.

### MÉDICOS SIN FRONTERAS

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





#### FUNDACIÓN BARRAQUER

MANGO financia el material médico necesario para las expediciones asistenciales que Fundación Elena Barraquer realiza en África. Este año se han operado a 2.639 personas.

#### FUNDACIÓN ACTIVE ÁFRICA

MANGO colabora en la construcción de aulas en dos escuelas públicas, el mantenimiento de un orfanato y la financiación de programas alimentarios y la compra de una ambulancia para Likuni Mission Hospital, Malawi, África.

#### FUNDACIÓN AGH

MANGO colabora con esta fundación en su proyecto ubicado en la misión de Brazani, Mang'ola con dos de sus proyectos: un centro de formación textil para mujeres y un parvulario, Tanzania, África.

#### FUNDACIÓN ARED

MANGO financia becas de confección industrial para mujeres en vías de reinserción social. Barcelona, España.

#### FUNDACIÓN HOMAC

MANGO colabora facilitando un curso de confección en la cárcel de mujeres de Awasa impartido por Misioneras combonianas. Además se procura alimentación en una escuela preescolar en Dódola y se han comprado nueve concentradores de oxígeno para el hospital rural de Attat de las Medical Sisters en Etiopía, África.

#### MISIONERAS COMBONI

MANGO financia unas becas escolares, un programa de mujeres con VHI, un proyecto de promoción para la mujer y una bolsa asistencial para los más necesitados que atienden la misioneras. Cabo Delgado, Mozambique, África.

#### FUNDACIÓN PABLO HORSTMANN

MANGO financia la atención médica de dos pediatras para el Hospital pediátrico Pablo Horstmann en Lamu. Kenia, África.

#### FUNDACIÓN BANCOS DE ALIMENTOS

MANGO financia la compra de alimentos para las entidades adscritas al Banco. Barcelona, España





#### FUNDACIÓN SOÑAR DESPIERTO

MANGO se une al Día del Voluntariado con niños residentes en centros tutelados y de acogida de Barcelona en la que también colaboran colaboradores de MANGO como voluntarios. Barcelona, España.

#### FUNDACIÓN PORT AVENTURA DREAMS

MANGO se une al sueño de PortAventuraDreams en la construcción de un Village dentro del parque temático de Port Aventura para niños con enfermedades graves y sus familias. El proyecto ofrece estancias gratis a niños enfermos graves y a sus familias durante una semana. Tarragona, España.

#### FUNDACIÓN IBO

MANGO financia la reconstrucción de las letrinas, las cisternas, un tanque elevado, un pozo y una bomba en una escuela pública de primaria y secundaria. Ibo, Mozambique, África.

#### FUNDACIÓN EL XOP

MANGO financia la rehabilitación y adecuación de los aseos del centro de día de discapacitados. Barcelona, España.

#### OGRNCILERE YARDIM DERNEGI

MANGO financia becas de formación a jóvenes sin recursos, Estambul, Turquía.

#### INVEST FOR CHILDREN

MANGO colabora con esta fundación que trabaja para conseguir una vida mejor para las personas con discapacidad intelectual.

#### FUNDACIÓN INVESTIGACIÓN BIO MÉDICA

(crowdfunding)

MANGO, a través de la plataforma online migranodearena.org, colaboró en un proyecto solidario de crowdfunding, dedicado a la investigación bio-médica.

#### PROYECTO TEAMING

Los colaboradores de MANGO, que voluntariamente aceptan, donan un 1€ de su nómina al proyecto que por mayoría eligen. Estas microdonaciones fueron destinadas en 2019 a un proyecto de investigación del cáncer infantil del Hospital San Juan de Dios en Barcelona.





## Productos solidarios

### CAMISETAS FUNDACIÓN FERO

MANGO puso a la venta unas camisetas para colaborar con un programa de apoyo a la Fundación de Investigación Oncológica en su investigación en la lucha contra el cáncer de mama. Asimismo, MANGO MAN lanzó dos camisetas y un bañador cuyos beneficios fueron destinados a la investigación del cáncer de próstata.



Además en 2019 se llevaron a cabo otro tipo de colaboraciones tales como:

### FUNDACIÓN PRINCESA DE GIRONA

Ofrece un espacio para los jóvenes donde se organizan actividades diseñadas a dar respuesta a las necesidades más urgentes de aquellos que se encuentran en proceso de mejorar su desarrollo profesional.

### ASOCIACIÓN BARCELONA GLOBAL

Cuya misión es contribuir a que Barcelona sea una de las mejores ciudades del mundo para el talento y la actividad económica.

### FUNDACIÓN PRINCESA DE ASTURIAS

Institución privada sin ánimo de lucro, cuyos objetivos son contribuir a la exaltación y promoción de valores científicos, culturales y humanísticos como patrimonio universal.



También colaboramos con el mundo académico y la docencia con Fundación IESE, Fundación Internacional IESE y a través de la Cátedra MANGO de RSC. El objetivo de estas colaboraciones es impulsar la investigación y la formación de los estudiantes en el desarrollo de sus aptitudes, inculcando en su talento valores y buenas prácticas en su futuro profesional.

## 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>





## 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 proyectos realizados durante 2019 cabe mencionar un estudio sobre el perfil de las cátedras universitarias de responsabilidad social en España, con el objetivo de presentar una imagen actual del panorama de la docencia, la investigación y la transferencia de conocimiento en el ámbito de la responsabilidad social y la sostenibilidad corporativa. En el marco del proyecto, a principios de 2020 se organizará un encuentro de los miembros de las diferentes cátedras existentes para intercambiar experiencias, identificar sinergias y afrontar retos comunes.

Otro proyecto emprendido en 2019 es el estudio sobre la igualdad de género en los diferentes ámbitos de la actividad de auditoría, en colaboración con el Col•legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya. Partiendo de la observación de que un importante número de mujeres abandona la carrera profesional en las firmas de auditoría, se analizan los posibles motivos a través de la realización de una encuesta entre los profesionales de estas empresas en el ámbito de Catalunya. Por una parte, se analiza el porcentaje de hombres y mujeres en los distintos niveles profesionales y según los diferentes tamaños de empresas y, por otro lado, se identifican los motivos que pueden explicar el abandono de la carrera profesional por parte de las mujeres y así poder llevar a cabo medidas y acciones concretas para evitar esta situación.

## IMPACTO SOCIAL DE LAS ACTUACIONES DEL DEPARTAMENTO DE RSC DE MANGO

Entre las actividades lanzadas durante el año 2019, destaca la medición del impacto social producido en la implantación y verificación de un código de conducta de responsabilidad social en proveedores de una cadena de suministro textil. A través de la aplicación de la metodología del cálculo del valor social integrado (VSI) se realiza una estimación del valor generado a los proveedores ubicados en múltiples países productores. El VSI representa un indicador novedoso que permite expresar en términos monetarios el valor generado para determinados grupos de interés o la sociedad en su conjunto. El objetivo final es aportar información acerca de la percepción de este valor y establecer una pauta que sea aplicable a las empresas y organizaciones que implantan estos sistemas de seguimiento y control mediante códigos de conducta.

Cabe destacar, también en este ámbito, la puesta en marcha de la medición del cálculo del valor social integrado (VSI) en otras áreas relacionadas con el medio ambiente en empresas textiles, concretamente en el ámbito de la reutilización y reciclaje de prendas.

## 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 2019 se ha actualizado, como cada año, la información recogida en todas las fichas elaboradas hasta la fecha (Marruecos, Turquía, Vietnam, China y Portugal), con especial incidencia en la ficha de Turquía, ya que era la más antigua pendiente de revisar de forma completa (contenido, detalles, etc.), más allá de la actualización de información básica.



## COLABORACIÓN CON LA SOCIEDAD

Por otro lado, durante el año 2019, la Cátedra ha participado en todos aquellos trabajos, actos, reuniones y jornadas organizados por empresas e instituciones en las que se ha solicitado su colaboración.

## 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.

El total aportado en contribución a la sociedad en los diferentes proyectos mencionados anteriormente asciende € 2.478.055

## Colaboraciones no económicas y voluntariado

Durante 2019 MANGO donó ropa no comercializable a diferentes organizaciones, con fines solidarios. Además, a lo largo del año, se da la oportunidad a los colaboradores de MANGO a participar activamente en diferentes campañas sociales, eventos solidarios y otro tipo de colaboraciones con fines sociales, tales como campañas de donación de sangre, campañas de recogida de alimentos y juguetes en Navidad, etc. Además los colaboradores de MANGO participan como voluntarios del Banco de Alimentos ayudando en la clasificación de los alimentos para su correcta distribución.





# Información fiscal

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.

Cumplimos con las normativas fiscales y reflejamos el registro de las operaciones contables en los estados financieros, en base a la normativa aplicable en cada país y de forma totalmente transparente.

### PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS

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.

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	2017	2018	2019
Importe neto de la cifra de negocios	2.193.634	2.233.089	2.374.412
EBITDA	114.840	135.137	194.605
Resultado bruto	(44.083)	(28.240)	40.730
Resultado neto	(33.166)	(35.674)	20.766

BALANCE	2017	2018	2019
Fondos propios	620.342	594.395	613.444
Total balance	2.032.287	1.811.699	1.733.546
% de fondos propios sobre total balance	30,53%	32,80%	35,38%

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO	2017	2018	2019
Valor económico creado	2.298.976	2.291.228	2.383.905
Valor económico distribuido	2.203.626	2.191.750	2.243.073
Valor económico retenido	95.350	99.478	140.832



## 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	2017	2018	2019
Ventas en puntos de venta propios	1.610.205	1.643.369	1.741.287
Ventas a franquicias	583.429	589.720	633.125
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	2.193.634	2.233.089	2.374.412

VENTAS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS	2017	2018	2019
España	525.443	504.993	594.830
Unión Europea	940.339	996.270	997.122
Resto mundo	727.852	731.826	782.460
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	2.193.634	2.233.089	2.374.412

COSTE DE LAS VENTAS Y MARGEN BRUTO	2017	2018	2019
Margen bruto	56,1%	58,59%	57,55%

PROVEEDORES DE CAPITAL	2017	2018	2019
Deudas con entidades financieras a corto plazo	(128.125)	(71.996)	(81.292)
Deudas con entidades financieras a largo plazo	(655.683)	(397.000)	(346.039)
TOTAL DEUDA	(783.808)	(468.996)	(427.331)
Tesorería e inversiones financieras a corto plazo	368.714	154.647	243.141
TOTAL DEUDA NETA	(415.094)	(314.349)	(184.190)
TOTAL BALANCE	2.032.287	1.811.699	1.733.546
DEUDA NETA / BALANCE (%)	(20,42%)	(17,35%)	(10,62%)



## 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 2019	22.233	139.778	457.952	(35.674)	10.106	594.395
Distribución ejercicio 2018	0	0	(35.674)	35.674	0	0
Resultado ejercicio 2019	0	0	0	20.766	0	20.766
Dividendos	0	0	0	0	0	0
Otro resultado global del ejercicio	0	0	5.429	0	(6.340)	(911)
Variación por cambios en perímetro de consolidación	0	0	(806)	0	0	(806)
Otras variaciones del patrimonio neto	0	0	0	0	0	0
SALDO AL CIERRE DEL EJERCICIO 2019	22.233	139.778	426.901	20.766	3.766	613.444

## Sociedades Dependientes incluidas en el Perímetro de Consolidación

SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	DOMICILIO	% DE CAPITAL	ACTIVIDAD	SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	DOMICILIO	% DE CAPITAL	ACTIVIDAD
PUNTO-FA, S.L. (*)	13.12.1989	Barcelona	99,99%	Comercio Moda	MANGO HONG KONG LIMITED (*)	29.10.2003	Hong Kong	99,00%	Comercio Moda
DIKNAH, S.L.U.	06.02.1989	Barcelona	100%	Gestión Activos	MANGO SVERIGE AB (*)	02.07.2004	Stockholm	100%	Comercio Moda
PUNTO-MI, S.L.U. (*)	18.10.1990	Barcelona	100%	Comercio Moda	MANGO MNG USA INC	03.03.2005	Nueva York	100%	Gestión de participaciones
MANGO FRANCE, S.A.R.L. (*)	15.11.1995	Paris	99,99%	Comercio Moda	MANGO NY INC	09.03.2005	Nueva York	100%	Comercio Moda
MANGO DEUTSCHLAND GMBH (*)	13.09.1996	Dortmund	71,21% / 28,79%	Comercio Moda	DISTEX USA INC	03.03.2005	Nueva York	100%	Comercio Moda
MANGO TR. TEKSTILTIC LTD. STI. (*)	21.07.1997	Estambul	99,95%	Comercio Moda	TEXDIS USA INC (*)	03.03.2005	Nueva York	100%	Gestión activos
MNG MANGO UK LTD. (*)	22.04.1997	Londres	100%	Comercio Moda	MANGO GARMENTS AND ACCESSORY TRADING LTD (*)	29.06.2006	Shenzhen	100%	Comercio Moda
MANGO NEDERLAND B.V.(*)	13.11.1997	Rotterdam	100%	Comercio Moda	MNG JAPAN LTD.	27.07.2006	Tokyo	100%	Comercio Moda



SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	DOMICILIO	% DE CAPITAL	ACTIVIDAD
MANGO (CZ) S.R.O. (*)	29.12.1999	Praga	99,91%	Comercio Moda
MANGO MERITXELL, S.L.	19.06.1998	Escaldes Engordany	100%	Comercio Moda
MNG MANGO BELGIQUE SPRL. (*)	29.01.1999	Bruselas	99,99%	Comercio Moda
MANGO ÖSTERREICH HANDELS, GMBH (*)	31.08.1999	Viena	100%	Comercio Moda
CONSOLIDATED ARTIST, B.V.	27.01.1998	Rotterdam	100%	Gestión de Activos
MANGO SUISSE, S.A. (*)	10.06.1999	Lausanne	100,00%	Comercio Moda
MANGO ITALIA S.R.L. (*)	26.09.2005	Milan	100,00%	Comercio Moda
MANGO HUNGARY KFT (*)	11.10.1999	Budapest	100%	Comercio Moda
MANGO POLSKA SP. Z.O.O.(*)	08.11.1999	Varsovia	100%	Comercio Moda
MANGO DANMARK APS (*)	28.02.2000	Copenhagen	100%	Comercio Moda
MANGO NORGE, AS (*)	11.05.2000	Oslo	100%	Comercio Moda
MANGONOR COMER.DE VESTUAR. S.A (*)	20.12.2007	Lisboa	100%	Comercio Moda
MANGO SLOVENSKO, S.R.O (*)	26.02.2007	Bratislava	99,91%	Comercio Moda
MANGO GARMENTS HELLAS, S.A	28.02.2007	Atenas	100%	Comercio Moda
MANGO RUSSIA (*)	15.03.2007	Moscú	100%	Comercio Moda
S.A.S MANGO HAUSSMAN (*)	23.03.2007	París	100%	Comercio Moda
MANGO SUOMY OY (*)	25.04.2007	Helsinki	100%	Comercio Moda
MNG MANGO IRELAND, LTD (*)	26.11.2007	Dublín	100%	Comercio Moda
MANGO GARMENTS RUMANIA, SRL	17.07.2008	Bucarest	100,00%	Comercio Moda
MANGO GARMENTS AND ACCESSORY (CHINA) LTD (*)	12.01.2011	Shanghai	100,00%	Comercio Moda
MANGO SINGAPORE GARMENTS PTE. LTD (*)	27.07.2011	Singapur	100,00%	Servicios de gestión y consultoría
DARDANELOS INVERSIONES, S.A.	07.10.2011	Barcelona	100,00%	Gestión Activos
TOPKAPI INVERSIONES, S.A.	30.06.2011	Madrid	100,00%	Gestión Activos

SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	DOMICILIO	% DE CAPITAL	ACTIVIDAD
FOURSOME, S.A.	15.07.2011	Madrid	100%	Gestión Activos
INVESTMENT AKNAM, S.A.	10.06.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
INVESTMENTS ANSAVE, S.A.	15.07.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
KAYSERI INVERSIONES, S.A.	15.07.2011	Madrid	100%	Gestión Activos
DEREK INVESTMENT, S.A.	29.09.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
INVERSIONES GIRALDA, S.A.	16.11.2012	Madrid	100,00%	Gestión Activos
AFYON INVESTMENTS, S.A.	16.11.2012	Barcelona	100,00%	Gestión Activos
MANGO EGYPT LLC (*)	09.04.2012	El Cairo	99,99%	Servicios de gestión y consultoría
TEXTILE EGYPT TRADING JSC	24.01.2012	El Cairo	99,98%	Servicios Inmobiliarios y Financieros
MANGO KOREA LTD	03.04.2012	Seoul	100%	Comercio Moda
MANGO MODA D.O.O.	24.01.2013	Zagreb	100%	Comercio Moda
MANGO SRB D.O.O BEOGRAD	30.04.2013	Belgrado	100%	Comercio Moda
MANGO LUXEMBOURG, S.A.R.L.	13.05.2013	Luxemburgo	100%	Comercio Moda
MANGO UKRAINE TOV	06.08.2013	Kiev	100%	Comercio Moda
MANGO OPERACIONES MEXICO S DE RL DE CV	06.02.2014	Registro DF	99,99%	Comercio Moda
MEXDIC SERVICIOS DE GESTION S DE RL DE CV	26.02.2014	Registro DF	99,99%	Comercio Moda
VLT MODA TEKSTIL IC VE DIS TIC	10.02.2014	Estambul	100%	Comercio Moda
MANGO BULGARIA EOOD	19.02.2014	Sofia	100%	Comercio Moda
IMPORTACIONES MNG S DE RL DE CV	10.06.2015	Registro DF	100%	Servicios Inmobiliarios y Financieros
MANGO ON LINE CANADA CORPORATION	14.03.2017	Montreal	100%	Comercio Moda
KDS MODA TEKSTIL TICARET, LTD	18.03.2019	Montreal	100,00%	Comercio Moda



Resultado, impuestos y subvenciones recibidas

SOCIEDAD DEPENDIENTE	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS 2019	IMPUESTOS SOCIEDADES PAGADOS 2019	SUBVENCIONES RECIBIDAS 2019
ALEMANIA	-3.208.307,21	1.414.838,75	
ANDORRA	710.047,69	35.777,77	
AUSTRIA	-250.660,72	109.402,00	1.070,00
BÉLGICA	409.584,76	332,01	
BULGARIA	54.648,12	16.270,94	
CANADA	272.855,99	0,00	
CHINA	455.384,96	0,00	90.587,80
COREA DEL SUR	44.660,65	26.217,24	
CROACIA	-661.426,04	7.605,85	
DINAMARCA	26.637,94	0,00	
EGIPTO	24.523,31	0,00	
ESLOVAQUIA	54.190,78	47.373,15	
ESPAÑA	59.647.968,51	221.702,66	418.194,67
ESTADOS UNIDOS	-690.430,03	649.975,14	
FINLANDIA	28.291,55	0,00	
FRANCIA	2.559.210,37	0,00	180.249,87
GRECIA	312.776,66	180.821,80	
HONG KONG	-1.672.153,75	0,00	
HUNGRÍA	210.984,37	16.530,71	

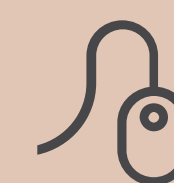
SOCIEDAD DEPENDIENTE	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS 2019	IMPUESTOS SOCIEDADES PAGADOS 2019	SUBVENCIONES RECIBIDAS 2019
IRLANDA	125.068,45	32.860,00	
ITALIA	1.334.155,96	311.792,00	
LUXEMBURGO	10.179,18	6.570,00	
MÉJICO	1.598.792,66	579.723,01	
NORUEGA	556.438,79	52.043,85	
PAISES BAJOS	-165.288,60	0,00	
POLONIA	-526.631,90	0,00	
PORTUGAL	-734.830,15	-121.757,46	
REINO UNIDO	-1.789.597,39	0,00	
REPÚBLICA CHECA	211.542,87	167.647,28	
RUMANÍA	-124.947,80	0,00	
RUSIA	1.812.519,67	188.152,40	
SINGAPORE	437.184,41	18.228,98	
SUECIA	155.457,31	0,00	
SUIZA	771.052,86	-62.944,16	
TURQUÍA	310.379,87	104.156,34	
UCRANIA	-654.585,40	34.473,71	
TOTAL GENERAL	61.655.678,73	4.037.793,97	690.102,34



## 05

## 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



# 06

## Índices



ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS | 117  
ÍNDICE CONTENIDOS EINF | 122  
ÍNDICE CONTENIDOS ODS | 125



## Índice de Contenidos GRI Standars

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN				
102-1	Nombre de la organización	1.1 Acerca de MANGO: El grupo	8	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	1.1 Acerca de MANGO: El grupo	8	
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	8	
102-6	Mercados servidos	4.1 Cuestiones medioambientales	42	
102-7	Tamaño de la organización	Datos relevantes/ 4.2 Cuestiones sociales y personas / 4.6 Información fiscal	6,52-53,110-114	
102-8	Información sobre empleados	4.2 Cuestiones sociales y personas	52-53,68-72	Principio 6
102-9	Cadena de Suministro	1.1 Acerca de MANGO: El grupo	8,13	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	1.1 Acerca de MANGO: El grupo, 2. Acerca de la memoria, 3.2 Grupos de interés y materialidad	8,13,15,22-26	
102-11	Principio o enfoque de precaución	4.1 Cuestiones medioambientales	29	
102-12	Iniciativas externas	3.1 Nuestra RSC y materialidad, 4.1 Cuestiones medioambientales, 4.3 Derechos humanos y Cadena de suministro, 4.5 Sociedad y clientes	21,30,32,34-36,39,49-50,81,87,103-109	
102-13	Afiliación a asociaciones	3.1 Nuestra RSC y materialidad, 4.1 Cuestiones medioambientales, 4.3 Derechos humanos y Cadena de suministro, 4.5 Sociedad y clientes	21,30,32,34-36,39,49-50,81,87,103-109	
2. ESTRATEGIA				
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Carta del director general	4,5	
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	3.1. Nuestra RSC y materialidad, 4.1.Cuestiones medioambientales, 4.2. Cuestiones sociales y personas, 4.5. Sociedad y Clientes	19,28,60,89-92	
3. ÉTICA E INTEGRIDAD				
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	1.4 Valores, 3.1 Nuestra RSC y materialidad	12,19-20	Principio 10
4. GOBERNANZA				
102-18	Estructura de gobernanza/ Organigrama	1.2 Gobierno corporativo, 4.4 Buen gobierno	9,88	
5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS				
102-40	Lista de grupos de interés	3.2 Grupos de interés y materialidad	22-26	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	4.2 Cuestiones sociales y personas	62-63	Principio 3
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	3.2 Grupos de interés y materialidad	22-26	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	3.2 Grupos de interés y materialidad	22-26	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	3.2 Grupos de interés y materialidad	22-26	



6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	4.6 Información fiscal	112-113
102-46	Definición de los contenidos del informe y las coberturas del tema	3.2 Grupos de interés y materialidad	15,22-26
102-47	Lista de temas materiales	3.2 Grupos de interés y materialidad	22-26
102-48	Reexpresión de la información	2. Acerca de la memoria	15-16
102-49	Cambios en la elaboración del informe	2. Acerca de la memoria, 3.2 Grupos de interés y materialidad	15-16, 22-26
102-50	Periodo objeto de informe	2. Acerca de la memoria	15
102-51	Fecha del último informe	2. Acerca de la memoria	16
102-52	Ciclo de elaboración de informes	2. Acerca de la memoria	15-16
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	5. Datos de contacto	115
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Carta del director general, 2. Acerca de la memoria	4-5,15-16
102-55	Índice de contenidos GRI	6.1 Índice de contenidos	116-124
102-56	Verificación externa	2. Acerca de la memoria	16-17
7. TEMAS MATERIALES			

103-1 b)	Cobertura del tema material y su impacto e implicación	TEMA MATERIAL	¿DÓNDE SE PRODUCE EL IMPACTO?	IMPLICACIÓN DE MANGO EN EL IMPACTO
		BUEN GOBIERNO		
		Anticorrupción	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta
		DESEMPEÑO AMBIENTAL		
		Emisiones	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta
		Materiales	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta
		Cumplimiento ambiental	Dentro de la organización	Directa
		DESEMPEÑO SOCIAL		
		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
		Salud y seguridad de los clientes	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta
103-1 c)	Limitación relativa a la cobertura del tema	No ha habido limitaciones relativas a la cobertura de los temas materiales		



INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
DESEMPEÑO AMBIENTAL				
EMISIONES				
103-1a	Explicación del tema material	4.1 Cuestiones ambientales	45-47	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.1 Cuestiones ambientales	45-47	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.1 Cuestiones ambientales	45-47	
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	4.1 Cuestiones ambientales	45	Principio 7 y 8
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	4.1 Cuestiones ambientales	45	Principio 7 y 8
305-3	Emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	4.1 Cuestiones ambientales	45	Principio 7 y 8
CUMPLIMIENTO AMBIENTAL				
103-1a	Explicación del tema material	4.1 Cuestiones ambientales		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	4.1 Cuestiones ambientales	28-29,48	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.1 Cuestiones ambientales	28-29,48	
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	4.1 Cuestiones ambientales	48	
MATERIALES				
103-1a	Explicación del tema material	4.1 Cuestiones ambientales	30-39	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.1 Cuestiones ambientales	30-39	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.1 Cuestiones ambientales	30-39	
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	4.1 Cuestiones ambientales	35,39	
DESEMPEÑO SOCIAL Y LABORAL				
EMPLEO				
103-1a	Explicación del tema material	4.2 Cuestiones sociales y personas	52,58	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.2 Cuestiones sociales y personas	52,58	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.2 Cuestiones sociales y personas	52,58	
401-3	Permiso parental	4.2 Cuestiones sociales y personas	59	Principio 6



INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
103-1a	Explicación del tema material	4.2 Cuestiones sociales y personas	60-61	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.2 Cuestiones sociales y personas	60-61	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.2 Cuestiones sociales y personas	60-61	
403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	4.2 Cuestiones sociales y personas	61	
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA				
103-1a	Explicación del tema material	4.2 Cuestiones sociales y personas	63-65	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.2 Cuestiones sociales y personas	63-65	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.2 Cuestiones sociales y personas	63-65	
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	4.2 Cuestiones sociales y personas	63-65	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES				
103-1a	Explicación del tema material	4.2 Cuestiones sociales y personas	52,67	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.2 Cuestiones sociales y personas	52,67	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.2 Cuestiones sociales y personas	52,67	
405-1	Diversidad en organos de gobierno y empleados	4.2 Cuestiones sociales y personas	9,52-53,68-72	Principio 6
NO DISCRIMINACIÓN				
103-1a	Explicación del tema material	1.4 Valores, 4.2 Cuestiones sociales y personas, 4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	12, 56, 78-83	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	1.4 Valores, 4.2 Cuestiones sociales y personas, 4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	12, 56, 78-83	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	1.4 Valores, 4.2 Cuestiones sociales y personas, 4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	12, 56, 78-83	
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No se han registrado casos de discriminación durante el periodo cubierto por la memoria.		
TRABAJO INFANTIL				
103-1a	Explicación del tema material	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
408-1	Operaciones y proveedores con riesgos significativo de casos de trabajo infantil	No se han registrado casos de trabajo infantil durante el periodo cubierto por la memoria		Principio 5



INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO				
103-1a	Explicación del tema material	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
409-1	Operaciones y proveedores con riesgos significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	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
EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS				
103-1a	Explicación del tema material	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	83-84	Principio 1 y 2
EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES				
103-1a	Explicación del tema material	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	73-79	
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	4.3 Derechos humanos y cadena de suministro	75-76	Principio 2
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES				
103-1a	Explicación del tema material	4.5 Sociedad y clientes	89-92	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.5 Sociedad y clientes	89-92	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.5 Sociedad y clientes	89-92	
416-1	Evaluación de los impactos en salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	4.5 Sociedad y clientes	92	
ANTICORRUPCIÓN				
103-1a	Explicación del tema material	4.5 Sociedad y clientes	19-20, 88	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	4.5 Sociedad y clientes	19-20, 88	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	4.5 Sociedad y clientes	19-20, 88	
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	En el periodo de referencia de esta memoria no se han dado casos de corrupción.		Principio 10



# Índice de Contenidos EINF

ÁMBITO	CUESTIONES DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	ESTÁNDARES GRI RELACIONADOS	APARTADO	PÁGINA
MODELO DE NEGOCIO	Descripción del modelo de negocio del grupo	102-1 / 102-2 / 102-3 / 102-4 / 102-6 / 102-7	1.1. El Grupo	8
POLÍTICAS	Descripción de las políticas que aplica el grupo en materia no financiera y resultados de las mismas	103 Enfoques de gestión de cada ámbito material dentro de las dimensiones Económica, Ambiental y Social	01. Acerca de Mango - 03. Nuestra RSC y materialidad 04. Modelo de Sostenibilidad de Mango	8,12, 19-26, 28-29
RIESGOS	Los principales riesgos vinculados a las actividades del grupo, a sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos y cómo el grupo detecta y gestiona dichos riesgos	102-15	3.1. Nuestra RSC y materialidad / 4.1.Cuestiones medioambientales / 4.2. Cuestiones sociales y personas / 4.5. Sociedad y Clientes	19, 28, 60, 89-92
CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	INFORMACIÓN GENERAL			
	Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental; recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales y aplicación del principio de precaución; la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	103 Enfoque de Gestión de cada ámbito material dentro de la dimensión Ambiental	4.1. Cuestiones medioambientales	29,48
	CONTAMINACIÓN			
	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	103 Enfoque de gestión de Emisiones / Biodiversidad	4.1. Cuestiones medioambientales	45-47
	ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS			
	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	103 Enfoque de gestión de Efluentes y residuos	4.1. Cuestiones medioambientales	33, 48-50
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	-	No material	
	USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS			
	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	-	No material	
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	103 Enfoque de gestión de Materiales 301-1 / 301-2	4.1. Cuestiones medioambientales	32-39
	Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables	103 Enfoque de gestión de Energía 302-1	4.1. Cuestiones medioambientales	40-43
	CAMBIO CLIMÁTICO			
	Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce;	103 Enfoque de gestión de Emisiones 305-1 / 305-2 / 305-3	4.1. Cuestiones medioambientales	45-47
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático;	103 Enfoque de gestión de Emisiones	4.1. Cuestiones medioambientales	45-47
	CAMBIO CLIMÁTICO			
	Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	103 Enfoque de gestión de Emisiones	4.1. Cuestiones medioambientales	45-47
	PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD			
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad; Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	103 Enfoque de gestión de Biodiversidad	4.1. Cuestiones medioambientales	48



CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL	EMPLEO			
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional;	103 Enfoque de gestión de Empleo 102-8 / 405-1	4.2. Cuestiones sociales y personas	53,68
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,	102-8	4.2. Cuestiones sociales y personas	69-72
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional,	102-8 / 405-1	4.2. Cuestiones sociales y personas	69-72
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	401-1	4.2. Cuestiones sociales y personas	54
	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor;	103 Enfoque de gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades	4.2. Cuestiones sociales y personas	55-56
	Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad,	405-2	4.2. Cuestiones sociales y personas	55
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo,	103 Enfoque de gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades	4.2. Cuestiones sociales y personas	56
CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL	Implantación de políticas de desconexión laboral	103 Enfoque de gestión de Empleo	4.2. Cuestiones sociales y personas	56
	Empleados con discapacidad.	405-1	4.2. Cuestiones sociales y personas	56, 67
	ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO			
	Organización del tiempo de trabajo	103 Enfoque de gestión de Empleo	4.2. Cuestiones sociales y personas	57
	Número de horas de absentismo	403-2	4.2. Cuestiones sociales y personas	57
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	103 Enfoque de gestión de Empleo	4.2. Cuestiones sociales y personas	58
	SALUD Y SEGURIDAD			
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo;	103 Enfoque de gestión de Salud y Seguridad en el trabajo	4.2. Cuestiones sociales y personas	60
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, Enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	403-2 / 403-3	4.2. Cuestiones sociales y personas	61
	RELACIONES SOCIALES			
	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;	103 Enfoque de gestión de Relaciones trabajador - empresa	4.2. Cuestiones sociales y personas	62
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	102-41	4.2. Cuestiones sociales y personas	63
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4	4.2. Cuestiones sociales y personas	62-63
	FORMACIÓN			
	Las políticas implementadas en el campo de la formación;	103 Enfoque de gestión de Formación y enseñanza 404-2	4.2. Cuestiones sociales y personas	63-65
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1	4.2. Cuestiones sociales y personas	65
	ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	103 Enfoque de gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades y No discriminación	4.2. Cuestiones sociales y personas	66













ÁMBITO	CUESTIONES DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	ESTÁNDARES GRI RELACIONADOS	APARTADO	PÁGINA
	<b>IGUALDAD</b>			
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;		4.2. Cuestiones sociales y personas	67
	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad;	103 Enfoque de gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades y No discriminación	4.2. Cuestiones sociales y personas	56, 67
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.		4.2. Cuestiones sociales y personas	67
<b>DERECHOS HUMANOS</b>	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos. Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	103 Enfoque de gestión de Evaluación de derechos humanos, No discriminación, Trabajo infantil y Trabajo forzoso u obligatorio 102-16 / 102-17 / 412-1	4.3. Derechos Humanos y cadena de suministro	73-87
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos;	406-1	3.1. Nuestra RSC y materialidad, Índice Contenidos GRI Standards	20, 120
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva;	103 Enfoque de gestión de Libertad de asociación y negociación colectiva	4.3. Derechos Humanos y cadena de suministro	77-78
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil.	103 Enfoque de gestión de No discriminación 406-1 / 408-1 / 409-1	4.3. Derechos Humanos y cadena de suministro	78-85
<b>CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO</b>	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno y para luchar contra el blanqueo de capitales	103 Enfoque de gestión de Anticorrupción 102-16 / 102-17 / 205-3	4.4. Buen Gobierno	88
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	413-1	4.5. Sociedad y Clientes	102-109
<b>SOCIEDAD</b>	<b>COMPROMISOS DE LA EMPRESA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE</b>			
	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local; el impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio;	103 Enfoque de gestión de Comunidades locales e Impactos económicos indirectos 203-1 / 413-1	4.5. Sociedad y Clientes	102-109
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	102-43	4.5. Sociedad y Clientes	102-109
	Las acciones de asociación o patrocinio.	102-12 / 102-13	3.1 Nuestra RSC y materialidad. 4.1 Cuestiones medioambientales. 4.3 Derechos humanos y cadena de suministro. 4.5 Sociedad y clientes	21,30,32,34-36,39,49-50, 81, 8, 103-109
	<b>SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES</b>			
	La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales; Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental;	103 Enfoque de gestión de Evaluación ambiental y social de proveedores. 102-9 / 414-1	1.1. Acerca de Mango . 4.3. Derechos Humanos y Cadena de Suministro	13. 78-85
	Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas.		4.3. Derechos Humanos y cadena de suministro	82-84
	<b>CONSUMIDORES</b>			
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;	103 Enfoque de gestión de Seguridad y Salud de los productos. 416-1	4.5. Sociedad y Clientes	89-92
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	103 Enfoque de gestión de Marketing y etiquetado y Privacidad del cliente	4.5. Sociedad y Clientes	97
	<b>INFORMACIÓN FISCAL</b>			
	Beneficios obtenidos país por país. Impuestos sobre beneficios pagados	103 Enfoque de gestión de Desempeño económico	4.6. Información fiscal	114
	Subvenciones públicas recibidas	201-4	4.6. Información fiscal	114



INDICE DE OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

PÁGINA

1		PONER FIN A LA POBREZA EN TODAS SUS FORMAS EN TODO EL MUNDO	102-109
2		PONER FIN AL HAMBRE, LOGRAR LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y LA MEJORA DE LA NUTRICIÓN Y PROMOVER LA AGRICULTURA SOSTENIBLE	102-109
3		GARANTIZAR UNA VIDA SANA Y PROMOVER EL BIENESTAR EN TODAS LAS EDADES	60-61, 89-92, 102-109
4		GARANTIZAR UNA EDUCACION INCLUSIVA EQUITATIVA Y DE CALIDAD Y PROMOVER OPORTUNIDADES DE APRENDIZAJE DURANTE TODA LA VIDA PARA TODOS	63-65
5		LOGRAR LA IGUALDAD ENTRE LOS GÉNEROS Y EMPODERAR A TODAS LAS MUJERES Y LAS NIÑAS	56,57
7		GARANTIZAR EL ACCESO A UNA ENERGÍA ASEQUIBLE, SEGURA, SOSTENIBLE Y MODERNA PARA TODOS	46-47
8		PROMOVER EL CRECIMIENTO ECONÓMICO SOSTENIDO E INCLUSIVO , EL EMPLEO PLENO Y PRODUCTIVO Y EL TRABAJO DECENTE PARA TODOS	110-114
12		GARANTIZAR MODALIDADES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES	30-38, 49,51
13		ADOPTAR MEDIDAS URGENTES PARA COMBATIR EL CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS EFECTOS	45-48
17		REVITALIZAR LA ALIANZA MUNDIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE	21,81,87,102-109



MANGO

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

**MANGO**  
**REPORTIA**